

Hispanoamerikanische Filmproduktion zwischen Autorenfilm und Konfektionskino

Inauguraldissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines
Doktors der Philosophie der Universität Mannheim

Verfasserin:
Marina Rütten

Gutachter:
Prof. Dr. Rolf Klopfer
PD Dr. Jörg Türschmann

Danksagung

Mein besonderer Dank gilt meinem Doktorvater Herrn Prof. Dr. Rolf Kloepper, der wesentlichen Anteil an der Entstehung und Beendigung dieser Arbeit hatte. In Kolloquien zu Grundlagen, Methodik und konkreten Filmanalysen dieser Arbeit und in vielen anregenden Diskussionen lies er mir stets engagierte Unterstützung sowie fachliche Betreuung zukommen. Er förderte meine Forschungsreisen in die drei behandelten hispanoamerikanischen Länder ebenso wie die Forschungsaufenthalte an Fremdoniversitäten.

PD Dr. Jörg Türschmann danke ich für die Übernahme des Zweitgutachtens.

Ebenfalls herzlich danken möchte ich Prof. Dr. Eduardo González und Prof. Dr. Geoffrey Kantaris für die Betreuung während meiner jeweils 18-monatigen Aufenthalte als Gastwissenschaftlerin an der romanischen Fakultät der Johns Hopkins University (USA) sowie am Lateinamerikazentrum der University of Cambridge (GB). Beide haben mir durch ihre enge wissenschaftliche sowie persönliche Verknüpfung mit Kuba und Kolumbien wertvolle Einblicke ermöglicht.

Wesentliche finanzielle Hilfe erfuhr ich von der Universität Mannheim in Form eines zweijährigen Promotionsstipendiums nach dem Landesgraduiertenförderungsgesetz sowie vom Land Baden-Württemberg in Form eines einjährigen Stipendiums zum internationalen Austausch des hochqualifizierten deutschen und ausländischen Nachwuchses.

Für moralische und wissenschaftliche Unterstützung danke ich meinen Kolleginnen vom Lehrstuhl Romanistik III an der Universität Mannheim, vornehmlich Catrin Corell, Nicole Kallwies und Mariella Schütz. Ebenso allen weiteren Personen, die mich im Zusammenhang mit dieser Arbeit fachlich unterstützt, inspiriert und weitergebracht haben, unter anderem Harold Trompetero, Maria Novaro, Prof. Dr. Sylvia Valdés, Victor Gaviria, Dr. Macarena Ibarra, Odin Salazar, Julie Coimbra und Dr. Joanna Page.

Für ihre Geduld, ihr Verständnis und viele kleine sowie große Hilfeleistungen danke ich meiner Familie und meinen Freunden, insbesondere meinem Mann, meinem Bruder und meinem Sohn, der mich jeden Tag zum Lachen bringt. Ohne sie wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen.

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	IV
TABELLENVERZEICHNIS	V
0 Einleitung	1
1 Der Traum eines Mainstream-Kinos eigener Art	5
1.1 Das Spannungsverhältnis von Autorenfilm und kommerzieller Konfektionsware	6
1.2 Der (post-)moderne Autorenfilm	9
1.2.1 Das Konzept des Autorenkinos in Europa als Gegenmodell zum kommerziellen Konfektionskino	10
1.2.2 Las Americas	14
1.2.2.1 USA: <i>New Hollywood und Independent Cinema</i>	14
1.2.2.2 Hispanoamerika: Der Autorenfilm – <i>Drittes Kino – Nuevo Cine</i>	16
1.2.3 Das neue Autorenkonzept – ein globales Regiekino?	18
1.3 Film- und Länderauswahl	21
1.3.1 Kolumbien: <i>Die Rosenverkäuferin</i> 1998	22
1.3.2 Kuba: <i>Erdbeer und Schokolade</i> 1993	23
1.3.3 Mexiko: <i>Amores Perros</i> 2000	26
2 Nationale Filme im internationalen Kontext	30
2.1 <i>La Vendedora De Rosas</i> – Straßenkinder	30
2.1.1 Víctor Gaviria	31
2.1.2 Gavirias Projekt: Realismus, Dokumentation und Fiktion	32
2.1.3 Medellín: Ein Auszug aus der Wirklichkeit	36
2.1.4 Märchen und Realismus: Hypertext versus Hypotext	38
2.1.5 Ein Versuch des Vergleichs: Die Rezeption in der Filmkritik	39
2.1.6 Die Kehrseite der Medaille: Filmanalyse	40
2.1.6.1 Räume: innen versus außen, hell versus dunkel	45
2.1.6.2 Zeit: zersplittert, gerafft, gedehnt	47
2.1.6.3 Ton: <i>El parlache</i> als zentrales Element des Wirkungsangebotes	50
2.1.6.4 Gesellschaftliche Motive: Familie, Drogenhandel und Gewalt	51
2.1.6.5 Kulturelle Übertragbarkeit durch die Darstellung menschlicher Grundbedürfnisse und Sehnsüchte: Heimat, Leben, Liebe	53
2.1.6.6 Die Zielgruppe: das kolombianisch-urbane Publikum	54
2.2 <i>Fresa y Chocolate</i> – Humanität auf Kuba	56
2.2.1 Tomás Gutiérrez Alea und Juan Carlos Tabío	56
2.2.2 Das Projekt: Die Revolution weiterentwickeln	59
2.2.3 Der Film als Reflexion kubanischer Geschichte: soziale und politische Hintergründe	60
2.2.4 Das mehrschichtige und vielfältige Wirkungspotential: Filmanalyse	61
2.2.4.1 Auf einen Blick: die Struktur	63
2.2.4.2 Der rhythmische Wechsel von Nähe und Distanz, Privatsphäre und Öffentlichkeit bestimmt das Syuzhet	65
2.2.4.3 Zeitliche Unbestimmtheiten als Verstärkung der Aktualität des Films	71
2.2.4.4 Die Polyvalenz der Tonspur	72
2.2.4.5 Toleranz und Solidarität als Lernziel, Eros als Mittel	74
2.2.4.6 Kulturelle Übertragbarkeit der Fabula	81
2.3 <i>Amores Perros</i> : Liebe – auf den Hund gekommen?	87

2.3.1	Alejandro González Iñárritu	87
2.3.2	Das Projekt: das Prinzip Chaos in Mexiko-Stadt.....	89
2.3.3	Mexiko im Umbruch: politische, soziale und wirtschaftliche Hintergründe.....	91
2.3.4	Ambivalenz: die Rezeption in der Filmkritik.....	94
2.3.5	Das Bild des modernen Mexikos: Filmanalyse.....	96
2.3.5.1	Die strukturelle Verbindung der drei Erzählstränge: das Konstrukt <i>Amores Perros</i>	105
2.3.5.2	Der gewaltige und gewalttätige Raum: Mexiko-Stadt.....	108
2.3.5.3	Der Ton als Orientierungshilfe, Kommentar und Überträger des Images.....	110
2.3.5.4	Die Zeit als Teil des Konstruktes <i>Amores Perros</i>	114
2.3.5.5	Schock-Schwindel: die Dominanz des Diskurses	115
2.3.5.6	Kulturelle Übertragbarkeit – (k)ein Unfall	118
3	Hispanoamerikanische Filmproduktion	120
3.1	Die Beziehungen zu den USA und Spanien.....	120
3.2	Die Filmwirtschaft in Hispanoamerika: Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge	123
3.2.1	Filmindustrie versus Kinoindustrie	128
3.2.2	Auswirkungen der Ökonomie auf die Ästhetik der Filme	130
3.2.3	Internationale Marktbemühungen im Binnenmarkt wie IBERMEDIA	132
3.2.4	Einfluss der Regierungen und ihrer Filmförderprogramme.....	134
3.2.5	Der wachsende Einfluss von Koproduktionen und Fernsehsendern	137
3.3	Kontinuität im Wechsel: Filmproduktion in Kolumbien	141
3.3.1	Die anderen Medien	141
3.3.2	Demokratie auf kolumbianisch.....	143
3.3.3	Oligarchie und Gewalt: eine Dauerkrise?.....	147
3.3.4	Filmindustrie?	149
3.4	„Film ist Kunst“ im realen Sozialismus.....	153
3.4.1	Die anderen Medien	153
3.4.2	Filmpolitik im Regime	155
3.4.3	Die Nation der Kinogänger	159
3.4.4	Filmindustrie	162
3.5	Neue Regierung, neuartige Filme	164
3.5.1	Die anderen Medien	164
3.5.2	Der Ausbruch	166
3.5.3	Der kleine Bruder der USA	168
3.5.4	Filmindustrie	171
4	Netzwerke und Infrastrukturen für den Vertrieb hispanoamerikanischer Filme.....	177
4.1	Supermarkt der Leinwände: Einsatz und Einsatzmöglichkeiten hispanoamerikanischer Filme im Kinobereich	176
4.1.1	Im eigenen Binnenmarkt.....	179
4.1.2	In den USA.....	185
4.1.3	In Europa.....	187
4.2	Distributionswege im Verlauf des Produktlebenszyklus eines Films.....	192
4.2.1	Kino	193
4.2.1.1	Koproduktionen	195
4.2.1.2	Verleihe als Vertriebsstrategie.....	195
4.2.2	Home Entertainment.....	197
4.2.3	Fernsehen	199

4.3	Internationale Kommunikationspolitik.....	201
4.3.1	Internet.....	203
4.3.2	Filmfestivals.....	205
4.3.3	Internationale Preisverleihungen und Nominierungen.....	206
5	Kultureller Mainstream?.....	208
	Quellenverzeichnis.....	214
	Literaturverzeichnis.....	214
	Zeitschriftenartikel.....	222
	Verwendete Internetinformationsquellen.....	223
	Anhang.....	227

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Film im Spannungsverhältnis von Kulturindustrie und Hochkultur	8
Abbildung 2:	Die Spannweite zwischen den Polen pure Kunst und reiner Kommerz	9
Abbildung 3:	Die Figurenkonstellation um Mónica	41
Abbildung 4:	Mónica, Klebstoff inhalierend (0:04'08"12), Judi (1:30'08"19) und Andrea (0:07'16"03)	42
Abbildung 5:	Anderson (0:35'24"11) Milton (0:03'49"11) und La Chinga (1:06'33"01)	42
Abbildung 6:	Don Hector mit El Niño (0:49'45"23), Giovanni (0:50'14"19) und El Zarco (1:26' 3"16)	43
Abbildung 7:	Medellín (0:47'02"23), Marienstatue auf der Brücke (0:45'19"17) und Ruine (0:56'01"03)	44
Abbildung 8:	Partiturausschnitt mit übergreifenden Sequenzen, Szenen und Chronotopoi	46
Abbildung 9:	Das Badezimmer im Garten (1:24'02"14), der Dachboden (0:56'13"08), Magnolias Wohnraum mit Bausteinen als Stauraum für ihr Allerlei (0:59'01"01) und Magnolias Küche (0:59'26"16)	46
Abbildung 10:	Polizisten (0:31'38" 2), die zerbrochene Flasche (0:31'53"09), Feuer (0:31'55"19)	49
Abbildung 11:	Marihuana (0:34'12"23), Kokain (0:48'26"12), Saco! (1:07'30"16)	52
Abbildung 12:	Halluzination 1 (0:04'20"16), Halluzination 2 (0:46'31"17), der Traum (1:01'20"06) und Halluzination 3 (1:49'02"15)	53
Abbildung 13:	Die Figurenkonstellation in <i>Erdbeer und Schokolade</i>	62
Abbildung 14:	Diego (0:17'50"21), David (0:45'07"06), Nancy (1:23'15"08) und Miguel (0:26'49"14)	63
Abbildung 15:	Partitur	64
Abbildung 16:	Blick auf die Tür (0:00'57"19), Unsicherheit (0:01'37"06)	65
Abbildung 17:	David und Vivian (0:03'21"19), Schaulust (0:04'32"09)	66
Abbildung 18:	Einsamkeit (0:07'54"03), Eiscafé I (0:11'15"21)	67
Abbildung 19:	Eiscafé II (0:11'26"15), Germán (0:09'51"18)	67
Abbildung 20:	Annäherung (0:17'10"18), kniender Diego (0:17'13"15), offene Arme (0:17'54"02), Tee servierend (0:19'12"11)	68
Abbildung 21:	Wohnzimmer (0:55'40"14), Bücher, Porzellan, Allerlei (0:16'41"2), Hausaltar und Auge (0:33'21"09)	69
Abbildung 22:	Peinlichkeit (0:19'33"03), Freude (0:20'30"04), Idee (0:20'32"15)	72
Abbildung 23:	Diego (1:20'51"11), David (1:21'01"11), Diego (1:21'03"14), Zudecken (1:21'11"22)	76
Abbildung 24:	Haut (1:21'30"19)	77
Abbildung 25:	Festmahl (1:28'18"04), Tanz (1:29'50"22) und Lächeln (1:28'52"07)	77
Abbildung 26:	Küchenplan, Kameraeinstellungen	78
Abbildung 27:	Blume (1:30'50"18), Opfergabe (1:30'53"09)	78
Abbildung 28:	Balken (1:31'04"14), Bett (1:31'06"17)	78
Abbildung 29:	Miguels Spiegelbild (0:25'53"22), Herausputzen (0:25'54"19), Waschraum (0:40'31"01)	79
Abbildung 30:	freundlich (1:32'57"09), drohend (1:34'19"04), hilflos wütend (1:35'07"17)	80
Abbildung 31:	Texte (1:01'25"05), Zögern (1:03'32"01), Übergabe (1:03'45"24)	82
Abbildung 32:	Akzeptanz (1:41'10"21)	82
Abbildung 33:	Diego als Christus (0:21'41"08) und (0:25'00"22), Germán und Christus (1:01'29"13), Diego und Marx (1:01'30"06)	84
Abbildung 34:	Straße (0:00'48"02), Bilderrausch (0:00'51"01), Unfall 1 (0:02'42"22), Einzug (0:03'08"12)	96
Abbildung 35:	Figurenkonstellation	101
Abbildung 36:	Octavio (0:06'57"13), Daniel (0:15'37"20), El Chivo (0:14'56"20)	102
Abbildung 37:	Susana (0:29'19"24), Valeria (0:57'50"25), Maru (0:39'15"14)	103
Abbildung 38:	Octavios Haus (0:04'11"03), Straße (0:08'54"03), Ort Maru (2:17'57"19), Restaurant (0:15'00"02)	108
Abbildung 39:	Octavios Zimmer (0:16'42"20 + 0:51'18"13), Daniels Wohnzimmer (0:56'39"01), Wohnung El Chivos (1:47'15"01)	109
Abbildung 40:	Mexiko-Stadt (0:00'54"16 + 0:05'40"00 + 0:46'44"01 + 1:28'40"09)	110

Abbildung 41: Untreue (0:36'52"11), Hundekampf (0:36'52"12), Triebe (0:37'04"10), Verlierer (0:37'10"06)	112
Abbildung 42: Octavio & Susana (0:44'45"17), Ramiro am Boden (0:44'45"19), Susana (0:44'56"11), Ramiro (0:44'58"11)	113
Abbildung 43: dominierender Blickwinkel der Geschichten	114
Abbildung 44: Präparation (0:31'12"20), Cofi in der Arena (0:31'28"07), Beerdigung (0:32'35"00), Friedhof (0:32'50"18)	117
Abbildung 45: Zuschauerzahlen Kolumbien	151
Abbildung 46: Weltzuschauerzahlen 1992-2004	178
Abbildung 47: Der Filmmarkt in acht Ländern Lateinamerikas	179
Abbildung 48: Kinobesucher in acht Ländern Lateinamerikas von 1994-2004	180
Abbildung 49: Die europäische Marktverteilung	188
Abbildung 50: Die Top 20 der lateinamerikanischen Filme in Europa	189
Abbildung 51: Eintrittskarten nach Ländern	190
Abbildung 52: Die Verwertungskette der Filmwirtschaft	193
Abbildung 53: Filmmarketing im Idealfall: Die fünf Schritte zum Filmmarketing der Berliner Goldmedia GmbH	202
Abbildung 54: Spanische Internetseite von <i>Amores Perros</i>	204

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Schema zum Vergleich von Hypertext und Text	38
Tabelle 2: strukturelle Verbindung der drei Erzählstränge	105
Tabelle 3: Förderungsprojekte Ibermedia 1998-2003	134
Tabelle 4: Zuschauerpräferenzen einer lateinamerikanischen Meinungsumfrage	182
Tabelle 5: Europäische Distributionsländer und Anzahl der Eintrittskarten von zwischen 1996 und 2003 produzierten lateinamerikanischen Filmen	190

0 Einleitung

Hispanoamerika ist seit Beginn der Filmgeschichte eine internationale Filmproduktionslandschaft (Schumann 1982: 17), die eine enorme Vielfalt an Filmen umfasst: ökonomisch gesehen von Großproduktionen bis hin zu unter primitivsten Bedingungen hergestellten (Profi-)Videos, ästhetisch und vom Produktionsmodell her vom Autorenfilm bis hin zum kommerziellen Konfektionskino. Trotz des vorhandenen Reichtums der Filmkultur ist in Europa und speziell Deutschland das Interesse an hispanoamerikanischen Filmen eher punktuell, eine Kontinuität lässt sich nicht feststellen. Die wenigen gezeigten Filme laufen für kurze Zeit in kleinen Programmkinos. Gegenüber Festivals, die z.B. vom Filmland Frankreich handeln, sind lateinamerikanische Festivals nur dürftig besucht. Daher ist eine der Leitfragen dieser Arbeit, welches Potential hispanoamerikanische Filme für das europäische und weltweite Publikum haben und wie es genutzt wird. Was hat Erfolg, was nicht? Es geht darum, Tendenzen für die kontrastiv ausgesuchten Filmländer Mexiko, Kuba und Kolumbien aufzuspüren.

Diese Promotionsschrift wäre vor einigen Jahren noch nicht möglich gewesen. Unter anderem hat die explosionsartige Entwicklung des World Wide Web, das seinem Namen alle Ehre macht, die Möglichkeiten des Informationsaustausches über große Distanzen hinweg vervielfacht. Die *Scientific Community* im Internet stellt international greifbare Strukturen zur Verfügung. Das Internet beschleunigt die Kommunikation mit Fachleuten und Recherchen aller Art durch intelligente Suchmaschinen. In Sekundenschnelle können von jedem vernetzten Computer der Welt aus der Katalog des Iberoamerikanischen Instituts in Berlin eingesehen, von Filmverleihen und -onlinezeitschriften aller Art Rezensionen oder Steckbriefe bestellt, von staatlichen Filminstitutionen (die gerade im Hinblick auf die kinematographischen Strukturen in Kuba, aber auch in Mexiko wichtig sind) Informationen abgerufen, mit der Filmbibliothek in Paris Recherchen ausgeführt werden und vieles mehr. Auch haben die Entwicklung der digitalen Filmkameras und die Weiterentwicklung der digitalen Filmverarbeitungsmöglichkeiten den Markt deutlich beeinflusst. Es hat – wie viele meinen – die Filmwelt ein Stück weit demokratisiert, da die Filmherstellung mit geringeren finanziellen Mitteln möglich ist. Dies ermöglicht finanziell schwachen Regionen, kleineren Produktionsländern und unabhängigen Filmern bei nur wenig Qualitätsverlust im Kinoerlebnis ihre Ideen umzusetzen.

Das Thema hat sich entwickelt aus der Beobachtung der Wirtschafts- und Geisteswissenschaften in den letzten Jahren. Seit ungefähr 20 Jahren haben sich besonders in Deutschland Hybridstudiengänge gebildet, die das Studium von einer fremden Kultur und Sprache mit dem der Wirtschaft verquicken. Diese Studiengänge wollen den neuen Notwendigkeiten eines mehr und mehr vereinten Europas und den internationalen Verflechtungen des *Global Village* entsprechen. Film-, Literatur- oder medienwissenschaftliches Wissen reicht in vielen Fällen nicht mehr aus, um auf dem Arbeitsmarkt bestehen zu können, ebenso wie die ehemals klassischen Arbeitgeber wirtschaftswissenschaftlicher Abgänger Qualifikationen im kulturellen Bereich fordern. Es ist zu Verknüpfungen zwischen kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen gekommen, die interdisziplinäres Denken und Wissen lehren. Es werden damit Verbindungen gelehrt, die vorher nicht als betrachtenswert angesehen wurden.

Innerhalb der Film-, Literatur- und Medienwissenschaften haben sich während der letzten Jahre diverse Paradigmenwechsel vollzogen. Dazu gehört auch eine bemerkenswerte

Hinwendung zum kulturellen ‚Mainstream‘. Speziell das weltweit den Markt dominierende Hollywood-Kino, etwa von Adorno noch als typisches Produkt der Kulturindustrie mit Abscheu zurückgewiesen, ist in jüngster Zeit mehr und mehr Gegenstand diskursanalytischer Untersuchungen geworden. Der Autorenfilm, einst nicht zuletzt als Gegenmodell zum kommerziellen Konfektionskino entworfen, scheint demgegenüber auch innerhalb des theoretischen Diskurses etwas in die Defensive geraten zu sein. Das Konzept des Autorenfilms existiert dennoch in neuer Form weiter. Vom europäischen *Autorenfilm* zum *Dritten Kino*, *Cine nuevo* oder *New Hollywood* geht die Geschichte des Autorenfilms weiter zur heutigen Art der Autorenfilme. In Europa wie auch in beiden Amerikas (Nord- und Mittel/Süd-) arbeitet eine Reihe Regisseure, die in den 1990ern erfolgreich an die Tradition des Autorenkinos anknüpfen und sie in ihrem Sinne weiterentwickeln, wie z.B. Lars von Trier, Pedro Almodóvar, Jim Jarmusch oder Juan Carlos Tabío. Leitfragen der vorliegenden Arbeit sind, wie die Autorenfilmer an die Tradition des Autorenkinos anknüpfen und ob das heutige Autorenkino *per se* Anti-Hollywood-Kino ist, wie es in den 1960er Jahren der Fall war, oder ob diese angebliche Antihaltung nicht nur dazu dient, Hollywood monolithisch aufzubauen, um sich gegen einen ‚Feind‘ profilieren zu können.

Diese Arbeit stellt den Versuch dar, filmische Theorie und Praxis näherzubringen. Die Grundidee dazu lautet, dass die Filmbranche seit ihrem Ursprung international und interdisziplinär agiert. Sie ist Wirtschaft und Kultur, national wie international. Film ist ein industrielles Produkt, das viele Menschen ernährt und einen ganzen Wirtschaftszweig darstellt. Film ist auch Träger von Kultur und kultureller Identität und beinhaltet kulturelles Gedächtnis, Wertesysteme und Selbstentwürfe. Er vereint viele Künste und stellt gleichzeitig eine eigene Kunst dar. Er kann als Textbuch einer Kultur benutzt werden, ist aber synchron auch Teil eines allgemein zu beschreibenden Mediensystems, welches in nationalen und internationalen Zusammenhängen zu sehen ist (Kloepfer 1997: 3). Diese Zusammenhänge sollen untersucht werden. Dabei wird eine Einschränkung auf Autorenfilme vorgenommen, die davon ausgeht, dass damit auch die Prinzipien des ‚Filmischen‘ an sich als *systematisch genutzte, ästhetische Steigerung im Wirkungsangebot* erfasst werden. Die Ergebnisse von Filmwissenschaft und Filmsemiotik in diesem Sinne sind dann auch anwendbar auf andere Filmarten wie den Dokumentar-, Selbstdarstellungs- oder Werbefilm (Kloepfer 2001: 50).

Der Filmbranche gegenübergestellt ist die Frage, inwiefern sich auch die Filmwissenschaft immer weiter in Richtung einer globalen Disziplin orientiert. Bedeutende Filmschulen wie die nordamerikanische UCLA¹, die NYFA² (1992), das mexikanische CUEC³ (1963) und CCC⁴ (1975), die kubanische *Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños*⁵ und wichtige Filminstitute, wie das kubanische ICAIC (1959) und das mexikanische IMCINE (1983), sind erst in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts gegründet worden. Die Zahl der Filmhochschulabsolventen unter den Filmschaffenden hat sich deutlich erhöht. Weiterer Bedarf an Theorie ist unbestreitbar: Es zeigt sich in Gesprächen mit Filmschaffenden, dass sie zum großen Teil nicht Theorie umsetzen, sondern ihre Entscheidungen ‚aus dem Bauch heraus‘ treffen. Sie haben eine Mischung aus

¹ University of California Los Angeles, Department for Film and Television.

² New York Film Academy.

³ Centro Universitario de Estudios Cinematográficos an der Universidad Nacional.

⁴ Centro de Capacitación Cinematográfica.

⁵ Sie wird auch *Escuela de Tres Mundos* genannt und wurde in den 1980er Jahren durch Gabriel García Márquez mitgegründet.

erlerntem Wissen, praktischer Ausbildung und jahrelanger Erfahrung, die sie als Basis für ihre Entscheidungsfindung benutzen. Ein solches System funktioniert zwar seit Jahrzehnten in der Praxis, repräsentiert jedoch meiner Meinung nach eine echte Herausforderung für die Wissenschaft. Es besteht hier ein Manko an Theorie in der Filmwissenschaft, welche der Vielfältigkeit ihres Produktes nicht gerecht wird. Die Filmwissenschaft vergleicht nationale Theorien und arbeitet Unterschiede wie Gemeinsamkeiten heraus. In der vorliegenden Arbeit soll der Schwerpunkt auf die Gemeinsamkeiten und internationalen Einsatzmöglichkeiten, die dem Konzept der Autorenfilme eigen ist, gelegt werden sowie ein Stück weit die fehlende Theorie angegangen werden.

Wie nordamerikanische marktbestimmende Fabrikproduktionen zeigen, können eine gewisse Machart und intensives Marketing Filme zum Erfolg bringen. Auch hispanoamerikanische Produktionen könnten dies für sich nutzen und international verständlich, einsetzbar und erfolgreich sein. Autorenfilme sind dazu prädestiniert, sie haben einen höheren künstlerischen Anspruch und zeigen unter Umständen eine höhere semiotische Ladung als die meisten Werke aus der Traumfabrik Hollywood, die mehr auf Wiedererkennungseffekte, abrufbare Gefühle und das Konsumverhalten der ZuschauerInnen bauen als auf deren Lust am Erkennen und Lernen. Ist der Film gelungen, so kann er den RezipientInnen, die sich auf den Film wirklich einlassen, eine tiefere Wahrnehmungserfahrung anbieten, was in der konkreten sympraktisch orientierten Filmanalyse gezeigt werden soll.

In dieser Promotionsschrift soll zuerst systematisch das ursprünglich französische und dann europäische Konzept des Autorenkinos aufgegriffen und die Veränderungen dargestellt werden. Denn die einstigen ‚Rebellen‘ sind nun Klassiker geworden, deren Handschrift, mit den Jahren verfeinert und formal verbessert, bekannt ist. Ihnen stellen die ‚Neo-Cinephilen‘ bewusst paradoxe Paare entgegen und unterlaufen so die Trennung von Hoch- und Popkultur, stehen ebenso zum voyeuristischen Urkitzel des Kinos wie zum Bedürfnis nach tieferem Erfahren und Sinn und plädieren für hybride Formen (Furler 1998). Diese Formen gilt es zu ergründen, länderspezifisch zu untersuchen und in einen internationalen Kontext zu setzen. Die Theorien und Publikationen der Filmtheorie sind auf nationale Traditionen ausgerichtet, hier soll aber untersucht werden, inwieweit das Konzept international auf Anglo- und Lateinamerika übertragbar ist, auf diese sehr unterschiedlichen Länder passt und internationale Gemeinsamkeiten aufweist. Nordamerika wird hierbei in Betrachtungen am Rand mit einbezogen, da es in der Filmindustrie führend ist.

Anhand einer vergleichenden Filmstudie mehrerer hispanoamerikanischer Produktionen aus drei unterschiedlichsten Ländern (Kuba, Kolumbien und Mexiko) mit jeweils ihrer eigenen, speziellen Situation und Tradition soll dann untersucht werden, inwiefern ein Film das Potential an spezifisch Nationalem nutzen und in einem internationalen Kontext verständlich machen kann, ohne dabei in Redundanz zu verfallen. Kuba hat hierbei bei der Filmstudie eine Sonderstellung: Es war das erste Land Lateinamerikas, in dem eine neue, kritische und populäre Filmkultur möglich ist (vgl. Chanan 1998: 703-710). Kubanische Filme wie *Fresa y chocolate* (*Erdbeer und Schokolade*, Alea/Tabío, Kuba 1993; Aufblühen von Freundschaft zwischen einem homosexuellen Künstler und einem heterosexuellen Politikstudenten) beinhalten nicht nur ästhetisch kunstvoll aufbereitete politische Relevanz, sondern sind auch exzellente Beispiele für international mitreißende Geschichten. Die Software Akira soll die Filmanalyse unterstützen und das Wirkungspotential der Filme deutlich machen. Akira (Arbeitsplatz zur Kinematographischen Rundum Analyse) wurde

konzipiert, um einerseits persönliche, durch den Dialog hervorgerufene Intuitionen und globale Eindrücke anhand einer Partitur festhalten und andererseits die komplexen filmischen, semiotischen und psychologischen Wirksysteme bis ins Detail intersubjektivieren zu können.

Der Filmstudie folgt eine Berücksichtigung der medienspezifischen ökonomischen, sozialen und politischen Bedingungen der Produktionsländer. Die landesspezifischen Strukturen und Umstände sind als solche wahrzunehmen und darzustellen, um Problembereiche untersuchen zu können. Filmstudien werden unter ästhetischen Aspekten vorgenommen, obwohl es sich um ein ästhetisches und industrielles Produkt handelt. Schließlich kosten Produktionen Millionen Euro, bei großen Hollywoodfilmen können sich allein die Gagen für die Protagonisten im Millionen-Dollar-Bereich bewegen. Dieses Geld muss der Film wieder einspielen, sonst kann die Produktionsfirma auf lange Sicht nicht weiterbestehen: Der ökonomische Aspekt ist überlebenswichtig und dringt zwangsläufig in ästhetische Strukturen mit ein. Lateinamerika ist insbesondere im Hinblick auf Kuba, Mexiko und Brasilien internationale Filmproduktionslandschaft (Dabrowski 1996, Martin 1997, Schumann 1982, Schwartz 1997). Allerdings ist davon auf dem europäischen Markt wenig zu spüren, da hispanoamerikanische Filme oft nur auf Festivals oder in kleinen Kinos laufen und in Europa, einschließlich Spanien, kaum rezipiert werden. Informationen zu hispanoamerikanischen Spielfilmen sind trotz des Internets und neuer Medien zum Teil schwierig zu erhalten. Oftmals sind im Ursprungsland die Möglichkeiten der Archivierung und Konservierung von Filmmaterial sowie technisches Personal und Ausrüstung zur Webgestaltung gering. Hinzu kommt wenig organisierte Hilfestellung beim Verkauf der Endprodukte. Entsprechend sind die Filme dieser Region auf dem europäischen Markt unterrepräsentiert.

Im Weiteren gilt es aufzuzeigen, wie die wenigen Filme, die in Europa ankommen, uns erreichen, und zwar auf mehreren Ebenen: zum einen wie die Vertriebsstrukturen dieser Produktionen funktionieren und zum anderen wie ihre Rezeption vonstatten geht. Welche Netzwerke gibt es und wie werden sie genutzt? Können wir Filme einer so anderen Kultur als der unseren überhaupt verstehen? Das autodidaktische Prinzip lehrt, dass dies prinzipiell möglich ist, da Filme mit hoher ästhetischer Qualität (wie ein Autorenfilm) ihre Lesart implizieren. Sie entwickeln eine eigene Theorie ihrer Kommunikationsbedingungen (Kloepfer 2001: 50). Film ‚spricht‘ den Rezipienten ganzheitlich an, auf vorbewusster und bewusster Ebene (siehe dazu den Prager Strukturalismus, Eisenstein 1928 und Kloepfer 2006a: 3), er tritt in einen Dialog mit ihm. Vor diesem Hintergrund könnten die Verleiher es wagen, bestimmte hispanoamerikanische Autorenfilme zu verleihen und nicht nur an die kleinen Kinos – doch warum tun sie es nicht? Eine der Fragen, die sich diese Arbeit also stellt, ist, warum so wenig hispanoamerikanische Filme in Europa zu sehen sind. Es wird die zu beweisende Behauptung aufgestellt, dass es nicht immer an der ästhetischen Qualität der Filme liegt.

Es macht Sinn, die Arbeit in der vorgelegten Reihenfolge zu lesen. Dennoch sind die einzelnen Kapitel so konzipiert, dass sie auch getrennt voneinander verstanden und genutzt werden können. Daher kommt es zu einem relativ unvermittelten Übergang von der Theorie zur Praxis, das heißt von Kapitel 2 zu 3, welcher auch der aktuellen Kluft zwischen Theorie und Praxis in der Filmwelt Rechnung trägt. Grund für die Ermöglichung der einzelnen Verwendung der Kapitel ist, dass diese Promotionsschrift vor allem FilmwissenschaftlerInnen aber auch Filmschaffende ansprechen will, betonend, wieviel beide voneinander lernen können.

1 Der Traum eines Mainstream-Kinos eigener Art

Hispanoamerikanischer Film – wir assoziieren Karibik, fröhliche Rhythmen und die Nostalgie eines *Buena Vista Social Clubs*. Neuere Produktionen wie *Amores Perros*⁶, der als eine Mischung aus Buñuel, Tarantino und ursprünglichen, nationalen Traditionen auftritt, zeigen, dass die Realitäten der 1990er Jahre anders aussehen. Viele hispanoamerikanische Filmschaffende haben eine eigene Stimme, die beeinflusst durch den ‚großen Bruder‘ USA, doch nicht abhängig von ihm ist. Autorenfilmer, als Beispiel Tomás Gutiérrez Alea (*Fresa y Chocolate*, Kuba), zielen mit ihren Werken auf das Entfaltungspotential ihrer Adressaten. Mit einem ‚gelungenen‘ Film können sie den Rezipienten eine tiefere Wahrnehmungserfahrung und einen Teil kultureller Identität anbieten.

Die neueren Entwicklungen vor allem des mexikanischen Kinos lassen den Traum eines ‚hispanoamerikanischen‘ Mainstream-Kinos nicht mehr völlig illusorisch erscheinen. Filme wie *Amores Perros*, *Y tu Mama También*⁷ oder *El crimen del Padre Amaro*⁸ zählen auf ihr heimatliches Publikum ebenso wie auf ausländische Zuschauer in Millionenhöhe. Damit leisten sie Erfolge, von denen die meisten deutschen Produktionen nicht zu hoffen wagen. Doch um welche Art von Filmen handelt es sich? Für welchen Markt sind sie konzipiert? Sind sie ‚typisch hispanoamerikanisches‘ Kino, Weltmarktfilme oder eine Mischung? Ich habe hispanoamerikanisch in Anführungszeichen gesetzt, da es schwierig ist, über die Filmkultur einer so diversen Ländergruppe Verallgemeinerungen vorzunehmen, ohne in Redundanz zu verfallen. Die (Film-)Stile, Formen, Themen und Motive der Filmkunst von Mexiko bis Argentinien sind zu verschieden. Nationale Kinematografien entwickelten sich in unterschiedlichste Richtungen genauso wie Filmbewegungen, einzelne Künstler, politische Gegebenheiten und Eingriffe, Produktionsbedingungen und Außeneinflüsse aus Europa oder den USA.⁹ Es gibt ebenso wenig eine klar definierbare gemeinsame hispanoamerikanische wie europäische Filmsprache. Trotzdem reden, hören, lesen wir von Latein-, Mittel- oder Süd-, Hispano- oder Lusoamerika, als ob es eine Einheit wäre.

Die Motive der neuesten mexikanischen Filmerfolge halten sich teilweise an Traditionen, die als hispanoamerikanisch angesehen werden¹⁰: Es sind Filme mit Spuren des sozialkritischen Kinos, das die Europäer in den 1960er und 1970er Jahren an den Hispanoamerikanern zu schätzen gelernt haben. Sie greifen Probleme der staatlichen Apparate, der Gesellschaft und der Kirche auf. Die Neuheit: Sie sind weniger radikal und lassen durch eine ausgereifte Photographie die Lust am Schauen nicht zu kurz kommen. Die bunten Hochglanzbilder lassen die Lebensläufe ihrer Regisseure erkennen: gut ausgebildete Filmemacher, die bereits einige Erfahrung im Bereich Dokumentarfilm, Werbung sowie (Musik-)Videoproduktion haben. Sie wollen Mainstream machen, gefallen und bekannt werden, ohne ihren Autorenanspruch aufgeben zu müssen. Meine These ist, dass dies möglich ist, dass eine ‚eigene Machart‘ in Kombination mit geschicktem Marketing Filme zum

⁶ *Amores Perros Was ist Liebe?* Mexiko 2000, Alejandro González Iñárritu. Budget: US\$ 2.000.000 (<http://us.imdb.com/Business?0245712>, letzter Zugriff: 03.06.2003).

⁷ *Y tu Mama Tambien, Lust for Life* Mexiko/USA 2001, Alfonso Cuarón. Budget: US\$ 5.000.000 (<http://us.imdb.com/Business?0245574>, letzter Zugriff: 8.06.2003).

⁸ *Die Versuchung des Padre Amaro* Mexiko/Spanien/Argentinien 2002, Carlos Carrera. Budget: US\$ 1.800.000 (<http://us.imdb.com/Business?0313196>, letzter Zugriff: 03.06.2003).

⁹ Vgl. Dabrowski 1996: 29ff.

¹⁰ Versuche, lateinamerikanische Traditionen zu benennen, finden sich u.a. in: Bernecker 1996; Bremme 2000; Dabrowski 1996; Elena/Díaz López 2003; Getino 1998; Hart/Young 2003; King 2004; Nowell-Smith 1998; Schumann 1982; Shaw 2003.

Publikumserfolg führen kann. Die Frage ist nun, inwieweit es sich bei solchen Großproduktionen um kommerzielles Hollywoodkino handelt, das nur nicht in Hollywood produziert wurde, oder inwiefern von einem Mainstream-Kino eigener Machart gesprochen werden kann. Nicht das Verwenden von alterproben Rezepten und hochdotierten Stars, sondern eigene Kulturproduktion (in Abgrenzung von ‚Kulturindustrie‘, Adorno/Horkheimer [1944] 1998: 128ff.) ist hier von Interesse. In diesem Zusammenhang kommt fast automatisch der Begriff des Autorenfilms auf, welcher der Klärung bedarf (siehe 1.2).

Die Einschränkung des Untersuchungsgegenstandes auf (hispanoamerikanische) Autorenfilme im weiteren Sinn hat mehrere, weitgehend zusammenhängende Gründe. Erstens geht sie davon aus, dass funktionierende Autorenfilme den Rezipienten ganzheitlich ansprechen, auf vorbewusster wie auf bewusster Ebene (Kloepfer 2006a: 3), und in einen Dialog mit ihm treten. Film stellt in sich ein eigenes Diskursuniversum dar, das unabhängig von *afilmischen Realitäten* und *profilmischen Konstrukten* (Souriau 1997: 146ff.) sowie spezifischem Vorwissen die Bedingungen seiner Rezeption lehren kann. Die Gestaltung eines Diskursuniversums obliegt dem Autor. Er muss den Zeichenumgang des Adressaten vorhersehen und lenken, um die Wirkung seines Werkes bestimmen zu können: *Der Regisseur – so die zentrale These – steuert das Semioseverhalten der Adressaten, indem er perzeptive, konzeptuelle und stereotype Leistungen einfordert* (Kloepfer 2001: 59). Der Autor/Regisseur in diesem Sinn ist kein ‚Bebilderer‘, sondern kreativer Künstler. Er erkennt Funktionsstrukturen, Automatismen und nutzt sie für seine Zwecke oder durchbricht sie. Die Durchbrechung (Deautomatisierung) bewirkt eine *Reaktivierung des Gewussten bzw. vorbewusst Erworbenen*, die über das Gewohnte hinaus die Möglichkeit zu Neuem birgt (Kloepfer 2001: 61). Denn erst wenn etwas, was der Zuschauer selbstverständlich erwartet, nicht erfüllt wird, kann er seine (größtenteils vorbewussten) Erwartungen und Haltungen erkennen. Zweitens sind Autorenfilme für den Ansatz der Arbeit relevant, da ein Autorenfilm als hermeneutischer Text ein Verständnis auch außerhalb der eigenen Kultur ermöglicht und die Eingangsthese, dass hispanoamerikanisches Kino grundsätzlich auch auf dem europäischen sowie weltweiten Markt funktionieren kann, stützt. Hispanoamerikanische bzw. mexikanische, kolumbianische und kubanische Filme können sogar besser funktionieren als Filme der allgemeinen Anerkennung, da Autorenfilme an sich eine höhere semiotische Ladung haben, die ein interessiertes Publikum erkennen – und nicht wiedererkennen – lassen kann. Drittens sind die Ergebnisse von Filmwissenschaft und Filmsemiotik in diesem Sinne anwendbar auf andere Filmarten und relevant für filmwissenschaftliche Aussagen (Kloepfer 2006a: 3).

1.1 Das Spannungsverhältnis von Autorenfilm und kommerzieller Konfektionsware

Die Spannweite von Filmen reicht von den Extremen der nach ökonomischen Aspekten betriebenen Produktion bis zur nach rein ästhetisch-künstlerischen Ansichten vorgenommenen Kreation eines Kunstwerkes.

Das eine Extrem nenne ich hier kommerzielle Konfektionsware. Sie ist die Massenkultur, die durch eine Industrie hervorgebracht wird, welche eine starke Tendenz dazu hat, *das Bestehende zu rechtfertigen* (Kracauer [1929] 1985: 99¹¹) und zu bestätigen. Sie wird im

¹¹ „Was die gegenwärtige Filmproduktion betrifft, so habe ich in zwei in der ‚Frankfurter Zeitung‘ erschienenen Aufsätzen, ‚Die kleinen Ladenmädchen gehen ins Kino‘ und ‚Der heutige Film und sein Publikum‘, nachgewiesen,

(Massenkultur-)System für das System gemacht. Sie ist eine Konfektion, die darauf konzipiert ist, möglichst vielen Zuschauern zu ‚passen‘ und möglichst viel Gewinn zu erwirtschaften. Der fertige Film ist ein Fabrikprodukt unter vielen anderen Produkten.

Demgegenüber findet sich neben Avantgardefilmen und Experimentalfilmen der ursprüngliche Autorenfilm, welcher der Kulturindustrie die Stirn bietet und in der Tradition der *politique des auteurs* Hochkultur kreiert, ohne zwingend an das größtmögliche Publikum oder den höchstmöglichen Gewinn zu denken. Die These dazu lautet, dass das Autorenkino in Frankreich in den 1950er Jahren als Gegenmodell zum kommerziellen Konfektionskino entsteht. Spezifische historische Gegebenheiten und Notwendigkeiten bringen die Filmgeschichte und -theorie in eine neue Epoche (siehe dazu 1.2.1), in der das alte Modell nicht mehr effizient funktioniert. Ein Gegenmodell braucht ein ursprüngliches Modell, auf das es aufbauen und vom dem es sich abgrenzen kann. So kann eine Durchbrechung der filmischen Denkmuster von Zuschauern durch einen Autorenfilm erst entstehen, wenn diese Muster von Fabrikprodukten als solche gebildet, gebraucht und häufig wiederholt werden. Vor allem Genrefilme wie Krimis, Western oder Komödien bilden die Sehgewohnheiten, mit denen gelungene Autorenfilme jonglieren und Neues kreieren können. Es entstehen Innovationen, die in der Folge durch Gebrauch wieder zu Normen oder Mustern werden.

Die ausgeprägtesten Formen der Autorenfilme sind bei den Gründern der *politique des auteurs*, aus der die *Nouvelle Vague* hervorgeht, zu finden. Die französischen Cahiers-Kritiker und späteren Filmregisseure wenden sich primär gegen das französische Kino der damaligen Zeit, die sie als Standardware gegenüber dem Autorenfilm ablehnen. Erst danach richten sie ihre Aufmerksamkeit in Richtung Hollywood und finden dort Fabrikprodukte wie Autorenfilme. Als radikalsten Vertreter des ursprünglichen Autorenkinos kann Jean-Luc Godard gesehen werden, der mit seinen Filmen Zuschauer immer wieder deautomatisiert, aus dem filmischen Universum herauszieht und ihm die Situation des Zuschauens bewusst macht. Dies demonstriert er am stärksten mit dem Film, mit dem er sich von der *Nouvelle Vague* und seinen ehemaligen Kollegen entfernt: *Week-end*.¹²

Die meisten Filme sind Mischformen der Pole konfektionelles Massenkino und reines Kulturkino. So muss kommerzielles Kino nicht unbedingt Konfektionsware sein und ein Autorenfilm kann ein kommerziell erfolgreicher Film sein. Es gibt keinen grundsätzlichen Widerspruch zwischen Autor und Kommerz. Studioproduktionen wie die Werke von Alfred Hitchcock gehören ebenso in den Kanon der Autorenfilme wie der als Autorenfilm konzipierte *Les quatre cents coups*¹³, welcher kommerziell sehr erfolgreich war. Im Gegenteil können sich beide Pole gegenseitig beeinflussen und bereichern (siehe Abbildung 1). Der künstlerische Anspruch muss sich nicht stets den ökonomischen Aspekten unterordnen, so wie eine große Zielgruppe nicht zwingend die Minimalisierung der Selbstverwirklichung des Künstlers bedeutet. Fabrikprodukte können ebenso durch neue Erzähltechniken profitieren, wie Autorenfilme Techniken nutzen können, die erst durch eine ökonomisch starke Industrie entstehen und zum Standard werden können. Um dem Anspruch eines Autorenfilms gerecht

daß nahezu sämtliche von der Industrie gelieferten Erzeugnisse das Bestehende rechtfertigen, indem sie seine Auswüchse sowohl wie seine Fundamente dem Blick entziehen; dass auch sie die Menge durch den Similiglanz der gesellschaftlichen Scheinhöhen betäuben. ... Die Flucht der Bilder ist die Flucht vor der Revolution und dem Tod.“ (Kracauer [1929] 1985: 99)

¹² *Week-end*, Frankreich 1967, Jean-Luc Godard Budget (geschätzt): US\$ 250.000 (<http://www.imdb.com/title/tt0062480/>, letzter Zugriff: 21.04.2006).

¹³ *Sie liebten und sie schlugen sich*, Frankreich 1959, François Truffaut. Budget: US\$ 50.000 (www.geocities.com/xiayupingfilm/Main/Scrolling.htm, letzter Zugriff: 10.06.2003).

zu werden und sozial relevante Geschichten aus der Gegenwart erzählen zu können, bedarf es einer Haltung und der Suche nach einer Haltung, die auch die Suche nach einem Genre ist. Eventuelle Feindbilder, die zwischen Massenkino oder Mainstreamkino und Independentkino oder Autorenkino aufgebaut werden, sind zu einfach und dienen nur der Profilierung einzelner.

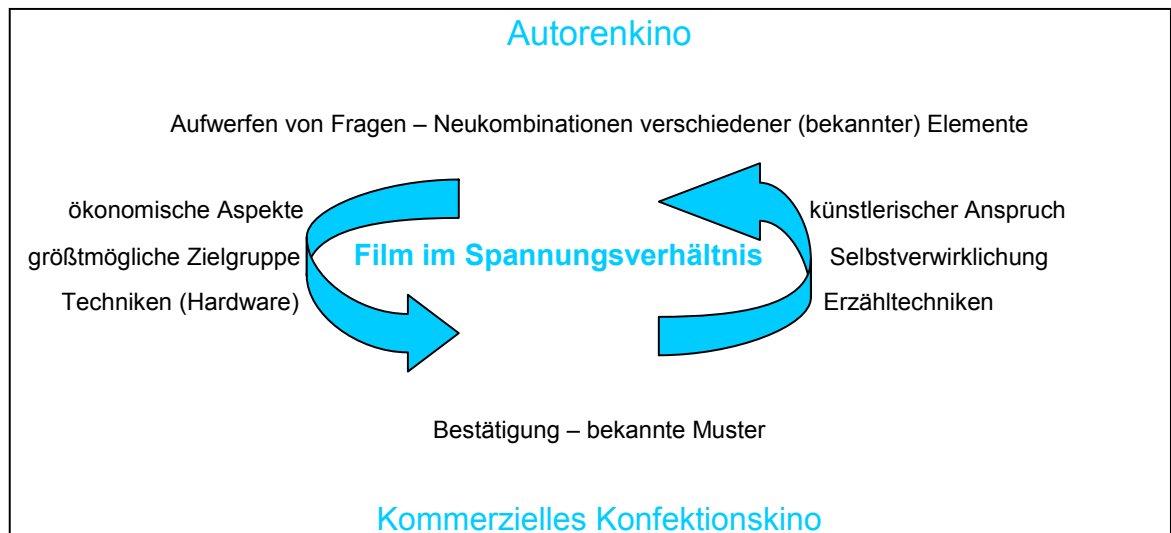


Abbildung 1: Film im Spannungsverhältnis von Kulturindustrie und Hochkultur. Quelle: eigene Darstellung

Die in der Analyse behandelten Filme repräsentieren drei Länder mit mannigfachen Traditionen sowie drei unterschiedliche Ausprägungen des Autorenfilms, wie Abbildung 2 schematisch darstellt. Als Prototypen für beide Extreme stehen der bereits erwähnte Film *Week-end* sowie der US-amerikanische Film *Pretty Woman*.¹⁴ Letzterer bietet sich an, da die *Touchstone-Pictures*-Produktion einen bekannten Stoff (reicher Prinz rettet armes Mädchen und heiratet es) ganz im Sinne der Traumfabrik verarbeitet. Der ausgewählte kolumbianische Film *Die Rosenverkäuferin* bearbeitet ebenfalls einen bekannten Stoff, ist jedoch deutlich geprägt von der Tradition des Autorenfilms. Er legt Wert auf die Einheit von Drehbuchautor und Regisseur sowie auf eine eigene Ausdrucksweise, selbst wenn diese das potenzielle Publikum verkleinert. Der kubanische Film *Erdbeer und Schokolade* ist ebenfalls ein Autorenfilm, der jedoch durch seine Ausführung weiter in Richtung kommerzieller Film geht als *Die Rosenverkäuferin*. Die Entstehung in einem kommunistischen Land trägt dazu bei, ihn in eine weniger individuell orientierte Filmrichtung einzuordnen. Der mexikanische Film *Amores Perros* steht dem kommerziellen Kino nahe. Die Analyse von *Amores Perros* soll zeigen, inwieweit er sich in den Bereich des Autorenfilms eingliedern lässt, ob von einem Autorenfilm die Rede sein kann und wenn ja in welchem Ausmaß.

¹⁴ *Pretty Woman*, USA 1990, Garry Marshall. Budget: US\$ 14.000.000 (<http://us.imdb.com/Business?0100405>, letzter Zugriff: 21.06.2003).

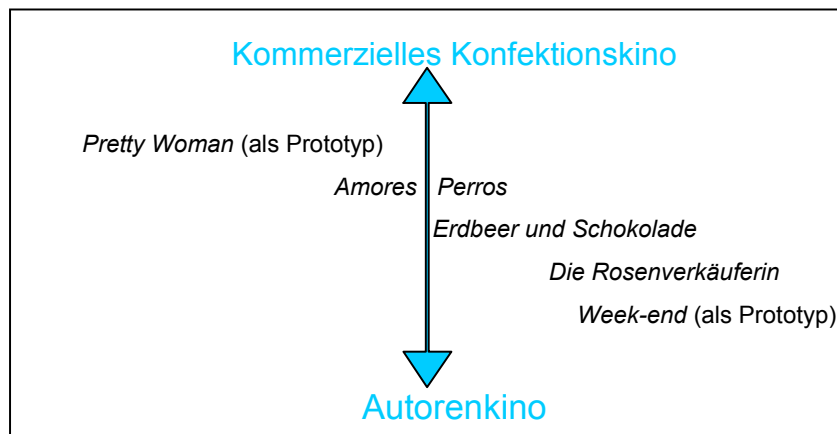


Abbildung 2: Die Spannweite zwischen den Polen pure Kunst und reiner Kommerz. Quelle: eigene Darstellung

1.2 Der (post-)moderne Autorenfilm

Seit seiner Entstehung in Frankreich mit der *Nouvelle Vague* hat sich das Autorenkonzept in verschiedenen Epochen der Filmgeschichte gehalten und weiterentwickelt. Gerade in den letzten fünf Jahren ist eine Fülle von Publikationen zu diesem Thema erschienen.¹⁵ Das Autorenkonzept ist damals wie heute keine feste Theorie, sondern ein vielseitiges, dehnbares Konzept, welches von unterschiedlichen Künstlern verschieden ausgelegt und für sich in Anspruch genommen wird. Diese Dehnbarkeit ist einer der Gründe, warum wir auch im neuen Jahrtausend noch über Autorenfilm sprechen. Gerstner/Staiger (2003) nennen in ihrem Buch *authorship and film* als weiteren Grund für den Bestand des Autorenkonzeptes, dass die Zuordnung eines Films zu einer Person es vereinfacht, konkret über ein Werk zu sprechen oder zu schreiben¹⁶: Die Zuordnung eröffnet eine Interpretationsperspektive. In Filmkritik und -theorie werden ‚Filme von ...‘ besprochen, Seminare über Filmemacher gehalten und Bücher über Regisseure als Autoren geschrieben.¹⁷ Gerstner/Staiger stellen die These auf, dass Autorschaft Funktionen für soziales Handeln übernehmen kann:

... we don't think the author is dead. In the Imaginary Signifier, Christian Metz discusses our disavowal of childhood ideas, but points out that underneath it all we still retain our narcissism and our desire for the other. In fact, Roland Barthes did not really declare the author dead except rhetorically in that [his essay] was an attempt to make a place for the reader. Indeed, Barthes references Proust, Sade, and other authors as significant agents. ... although authorship may be subject to the wiles of humanism and capitalism, it also has functions for social action. (Gerstner/ Staiger 2003: xi)

Diese soziale Aktion sehen Gerstner/Staiger gerade in der Postmoderne als wichtige Funktion an. Für die Ästhetik und Kunst der Postmoderne ist laut Felix' *Moderne Film*

¹⁵ Siehe dazu u.a. Felix 2002a, Gerstner/Staiger 2003, Grob 2001, Kamp 1996, Lewis 2001, Neale 2000, Stiglegger 2000, Wright Wexman 2003, ganz abgesehen von unzähligen Publikationen über einzelne Autoren, Länder und anderen Klassifizierungskriterien.

¹⁶ "... authorship is an enabling tool. Every scholar (even those who subscribe to the 'death of authorship') speaks of going to a Robert Altman film. Coming to terms with our own ambivalence about the name of the author and the author-function is worthwhile." (Gerstner/Staiger (Hg.) 2003: xi)

¹⁷ Selbst Steven Soderbergh, der sich ausdrücklich gegen die Bezeichnung „Autorenfilmer“ wehrt, gibt Interviews als ‚Regisseur = Autor von ...‘ und vermarktet ‚seine‘ Filme mit dem Label seines Namens (Frisch, Simon, *Die Kultur der Cinéphilie*, Vortrag am 25.03.2003 anlässlich des 16. Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium (FFK) in Marburg).

Theorie das Bestreben entscheidend, den Graben zwischen Hochkultur und Massenkultur zu schließen (Felix 2002b: 7) und damit weiter in Richtung eines kulturellen Mainstreams oder eines Mainstreams eigener Machart gehen zu können. Auch die nach Felix darauffolgende *Zweite Moderne* der Filmgeschichte (ebd.) Mitte der 1990er Jahre nimmt diesen Gedanken auf. Eine Annäherung und Vermischung einzelner Elemente der beiden Pole werden in konkreten Filmen vermehrt vorgenommen; eine grundsätzliche Fusion der Pole ist nicht denkbar. Ich halte sie auch nicht für wünschenswert, entstehen doch aus dem Spannungsverhältnis und der gegenseitigen Beeinflussung immer wieder neue Anstöße für die Kunst des Filmemachens.

Im Weiteren wird das ursprünglich französische und dann europäische Konzept des Autorenfilms aufgegriffen und durch seine amerikanischen Varianten ergänzt. Dies dient mir dazu, den aktuellen Begriff des Autorenkinos herzuleiten, und ist methodisch zweckmäßig, um schlussendlich Kriterien, die für einen Autorenfilm gelten, herausarbeiten zu können. Die Klärung des Begriffes „Autorenfilm“ oder „Autorenkino“ ist notwendig, da ich mich in der Arbeit mit Filmen beschäftige, die für sich in Anspruch nehmen, Autorenfilme zu sein. Der Anspruch eines Films ist insofern wichtig, als er Einfluss nimmt auf seine ästhetische Struktur (siehe Kapitel 2 dieser Arbeit) sowie auf seine Produktions- und Vertriebsstrukturen (siehe Kapitel 3 und 4). Ich werde mich zuerst auf die Ursprünge konzentrieren, bevor ich auf die Entwicklung des Konzeptes und seine praktische Umsetzung in den beiden Amerikas eingehe. Dabei interessiert mich, welche historischen Merkmale des Autorenfilms noch aktuell sind. Was meinen wir, wenn wir über Autorenkino schreiben?

1.2.1 Das Konzept des Autorenkinos in Europa als Gegenmodell zum kommerziellen Konfektionskino

Der Begriff „Autorenfilm“ bezieht sich in Deutschland zunächst auf das frühe deutsche Kino der Autoren, ein literarisch geprägtes und künstlerisch ausgerichtetes Kino. Der erste Autorenfilm wird der Presse am 21. Januar 1913 in den Berliner Lichtspielen am Nollendorfsplatz vorgestellt und erregt großes Aufsehen. Die Tageszeitungen schicken nicht ihre Lokalreporter wie in den ersten Jahren der Kinematographie, sondern ihre Kunstkritiker (Diederichs 1996: 5). Das große Interesse an dem Film *Der Andere*¹⁸ wurde nicht ausschließlich durch die literarische Vorlage, das gleichnamige Drama von Paul Lindau, bewirkt. Entscheidend kommt die Beteiligung einer damals sehr bekannten Bühnenpersönlichkeit, Albert Bassermann, hinzu. Die „Erste Internationale Film-Zeitung“ konstatiert begeistert einen Wendepunkt im Verhältnis von Film und Tagespresse. In der gesamten Presse wird die Lichtbildbühne ernsthaft mit dem Theater verglichen. Film ist feuilletonfähig geworden. Die Anerkennung des Mediums Film als Kunst bleibt jedoch auf Autorenfilme mit Gastspielen berühmter Theaterschauspieler beschränkt. Der Begriff „Autorenfilm“ ist in dieser Zeit als Bezeichnung für eine Literaturverfilmung zu verstehen.

Die Ursprünge des heutigen Autorenkinos, um die es hier gehen soll, sind in Europa als cineastischer Aufbruch in die Subjektivität zu finden. Das intellektuelle Programm der *Nouvelle Vague* wird begründet in den Aufsätzen *Naissance d'une nouvelle avant-garde: la caméra-stylo* (1948 von Alexandre Astruc) und *Une certaine tendance du cinéma français* (1954 von François Truffaut). Diesen Artikeln zufolge sollen sich Regisseure nicht mehr mit

¹⁸ *Der Andere*, Deutschland 1913, Max Mack (<http://us.imdb.com/title/tt0002628/>, letzter Zugriff: 21.04.2006).

der Bebilderung von Geschichten zufrieden geben, sondern ihre Geschichte auf ihre eigene Art und Weise erzählen. Unmittelbarkeit wird zu einem wichtigen Maßstab, daher das Bild der Kamera als Füllfederhalter, mit dem der Filmemacher seine innersten Gedanken direkt auf Zelluloid schreiben kann. Die *mise-en-scène* (Belichtung, Kamera, Set und Schauspiel) als Akt des Regieführens wird der Montage, welche eine nachträgliche Ordnung schafft, überstellt, da sie ein unmittelbarer Akt der künstlerischen Entscheidung am Drehort ist. Truffaut fordert in seinem Artikel den *metteur-en-scene* (den In-Szene-Setzer) auf, zum *auteur* zu werden. Als Filmkritiker greift er das aktuelle französische Kino an und beschließt, jedes Werk auf thematische Einheit und individuelle künstlerische Entwicklung hin zu betrachten und in der weiteren Entwicklung selbst bei Erstlingswerken nach dem ‚wahren‘ Autor zu suchen. Er distanziert sich von Kritikern, die Filme mit ihrer Vorlage vergleichen. Neben Truffaut entspringt die *Nouvelle Vague* Ende der 50er Jahre in Frankreich den Überlegungen der anderen Filmkritiker der *Cahiers du Cinéma*: Jean Luc Godard, Jacques Rivette, Eric Rohmer, Claude Chabrol und André Bazin. Die Filmkritiker treten gegen die Genrekonfektion der *tradition de la qualité* mit einer neuen Vorstellung von Film als persönlichem wie politischem Ausdrucksmittel an. Die Unzufriedenheit mit dem Bestehenden bringt einige Filmtheoretiker und Filmkritiker dazu, selbst zu Regisseuren zu werden und die *rive droite* Gruppe zu initiieren.¹⁹ Die Filmkritiker schätzen Individualität, die sie in Genre- und B-Produktionen ebenso entdecken wie im Werk etablierter Regisseure wie Henry Ford oder Orson Welles (Nowell-Smith 1998: 400): In der französischen *Nouvelle Vague* liegt der künstliche Gegensatz von Autor und Hollywood nicht begründet. Ein gelungener Film vermittelt ihrer Ansicht nach eine eigene Vorstellung von der Welt und vom Kino, unabhängig davon, ob er in künstlerischer Freiheit kreiert oder unter den kommerziellen Bedingungen Hollywoods produziert wurde. In ästhetischer und ideologischer Hinsicht unterscheiden sich die Kritiker und späteren Regisseure stark voneinander, gemeinsam ist ihnen aber der Abstand zur puren Unterhaltungsfilmindustrie. Dies heißt nicht, dass sie nicht auch ein Massenpublikum ansprechen wollen. Es gibt erhebliche Unterschiede im Grad der Abweichung vom Mainstream. Ihre Unabhängigkeit, ihre Betonung einer persönlichen Vision und ihre relativ einfache Filmpraxis hebt sie als wirkliche Autorenfilmer hervor, als *auteurs* im Sinne Truffauts, nicht der kommerzielle Erfolg oder Misserfolg der Filme. Von manchen als sogenannte ‚zweite Geburt des Films‘ verstanden, zeichnet sich das Konzept des Autorenfilms durch das neue Selbstverständnis der FilmregisseurInnen und die Einführung eines neuen Produktionsmodells aus (Moninger 1992). Film wird als ästhetisches Produkt im Gegensatz zu massenmedialer Ware (wieder)entdeckt. Der *auteur* wird als zentrale Instanz betrachtet, Zuschauer und ideologischer Kontext des Filmemachens bleiben weitgehend unberücksichtigt. Dadurch wird der konventionalisierte Bilderfluss hinterfragt.

Erzählungen im Stil Hollywoods neigen dazu, die Diegese, die Inszenierung der raumzeitlichen Gestaltung der Geschichte, auf die Inszenierung der Protagonisten als Stars zu verengen und sie einzig als huldigenden Rahmen für den Star zu nutzen. Serielle Filmproduktion und eine Standardisierung der Filmsprache dienen zur Kostenreduzierung und der Schaffung eines zeitweilig gültigen Erfolgsrezeptes und lassen wenig Raum für einzelgängerische Initiativen außerhalb des Genres. Fast scheint es logisch zu sein, dass die originellsten Filme aus Außenseiterkreisen stammen, in denen die Filmherstellung zwar auf einfachem Niveau stattfindet, die aber über kreativen Freiraum verfügen, der bei industrieller

¹⁹ Die andere Gruppe (*rive gauche*) besteht aus Regisseuren wie Agnes Varda oder Chris Marker, welche durch die Praxis des Filmemachens zu neuen Ausdrucksweisen finden.

Produktion fast unmöglich scheint. Im Gegensatz zum Schnitt im kommerziellen Hollywood-Kino ist die Montage in den *Nouvelle-Vague*-Filmen sichtbar und versteht sich als ein strukturierendes, eingreifendes Moment des Erzählens und Darstellens (Hickethier 1996).

Das Entscheidende für Filmtheorie und -kritik ist die Emanzipation und Orientierung am eigenen Medium: Der alte, neue und unbeendete Kampf unter den Medien wird außen vor gelassen und Film nicht an Literatur, Theater oder Photographie gemessen. Subjektivität ist ein wichtiges Kriterium des Autorenfilms und ein Problem des Konzeptes: Die Bewertung eines Regisseurs als *auteur* durch die *Cahiers*-Herausgeber ist oftmals schwer nachzuvollziehen, gerade bei Regisseuren, die stark im kommerziellen Kino verwurzelt sind. Persönliche Vorlieben der Kritiker scheinen ihre Klassifizierungen beeinflusst zu haben und sind vielfach kritisiert worden.²⁰ Ein weiteres Problem ist die Emanzipation von anderen Künsten, während gleichzeitig versucht wird, filmisch Bilder wie ‚Handschrift‘ oder ‚auf Zelluloid schreiben‘ umzusetzen. ‚Handschrift‘ ist eine Paradoxie im Film, die aus der Schwierigkeit der filmspezifischen medialen Umsetzung künstlerischer Subjektivität resultiert.²¹ Radikale *Cahiers*-Kritiker erkennen einen Filmregisseur letztlich nur als *auteur* an, wenn er seine Themen und sich selbst im Film bearbeitet. Die Mimesis²² des Films wird von ihnen auf die Person des Autors bezogen und andere Einflussmöglichkeiten werden ignoriert. Formalistische Kriterien, der Stil des *auteurs* und die *mise-en-scene* dominieren inhaltliche Fragen und soziale oder politische Belange (Kamp 1996). Während die Thematiken der Autorenfilmer sehr unterschiedlich sind, ist ihnen die Vernachlässigung einer einzelnen, durchgängigen *Story* gemeinsam. Es wird eine offene Erzählweise mit einem Mosaik der Gleichzeitigkeiten von Ereignissen bevorzugt. Die Filme gehen mit Zeit anders um, es gibt sogenannte ‚tote Zeit‘ in ausgedehnten Spannen ohne Ereignisse oder in Echtzeit gedrehte Filme wie *Cléo de 5 à 7* (Frankreich, Agnès Varda, 1961). Weder werden Starbilder produziert noch die ‚Helden‘ der Geschichte idealisiert.

Die in der Bewegung widerspiegelte künstlerische Aufbruchsstimmung ist beeinflusst durch die Gegebenheiten und die künstlerische Isolation im Zweiten Weltkrieg. Das Medium Film befindet sich in den 1950er Jahren in einer tiefen ästhetischen, aber auch strukturellen Krise. In den 1920er und 1930er Jahren des 20. Jahrhunderts ist die Filmherstellung an vielen Orten, auch und vor allem in Hollywood, zur fabrikartigen Tätigkeit geworden, bei der Stoffe verschieden ‚eingefärbt‘ und zur massenhaften Konfektionsware verarbeitet werden. Die Fabriken haben mit dieser Strategie Erfolg und bleiben bei ihren erprobten Schnittmustern. In der Folge scheinen sich in den 1950er Jahren verschiedene Modelle festgefahren zu haben. Frankreich hat einen literarischen, künstlerisch entwickelten und unpolitischen Filmstil perfektioniert. Dieser wird von den *Cahiers*-Kritikern polemisch *cinéma*

²⁰ Siehe dazu u.a. Lapsley/Westlake 2000: 105ff.

²¹ Zwischen den Autorenfilmer und sein Kunstwerk tritt eine Reihe von technischen Vorgängen, wie die Montage, die es unmöglich machen, sein Werk genauso unmittelbar zu erschaffen wie z.B. ein Maler, der zur Umsetzung seiner Kunst nur eine Leinwand und einen Pinsel benötigt.

²² Die Mimesis ist eine Dimension der erzählerischen Semiose. Die drei Dimensionen Mimesis, Sympraxis und Diskurs sind unzertrennbar miteinander verknüpft. Die Mimesis ist die im Text bedeutungsvoll dargestellte Welt, welche Souriau (1997) Diegese (griechisch für Darstellung) nennt. Sie gibt Aufschluss über das Raum-, Zeit- und Personengefüge eines Textes, d.h. den Chronotopos, die Handlung, die Figurenbeschreibung und -konstellation. Dazu werden verschiedene diskursive Mittel eingesetzt, welche die sympraktische Bedeutung erfahrbar machen.

„Wenn wir die Kommunikation – und insbesondere eben die künstlerische – nicht nur als Darstellung einer (möglichen) Welt betrachten (d.h. als Mimesis), sondern als ein Angebot einer inneren Handlungsgeschichte (d.h. als Sympraxis), dann wird das Werk erkennbar als Erfahrungsangebot.“
Kloepfer 1992: 476.

Zum 3-fachen Verständnis der Mimesis siehe Kloepfer 1996a, Wulf 1997 und Gebauer/Wulf 1992.

de papa genannt oder – aufgrund der geschliffenen Fotografie – *tradition de la qualité* (Vincendeau 1998: 315). England befindet sich vor der *New Wave* in einer Phase der Stagnation im Bereich Spielfilm (Lant 1998). In Deutschland ist die Filmindustrie durch den Nationalsozialismus tiefgehend erschüttert, die Vorkriegstradition zerbrochen und viele Filmemacher sind emigriert oder tot (Rentschler 1998). In Italien ist die Situation etwas anders. Zwar hat die Filmproduktion genauso wie in anderen europäischen Ländern mit Schwierigkeiten aller Art – vor allem ökonomischer – zu kämpfen, doch hat sich bereits während der letzten Kriegsjahre eine neue Filmrichtung, der *Neorealismus*, herauskristallisiert (Nowell-Smith 1998: 397).

Auf dem internationalen Filmmarkt verfolgen die USA durch ihre Verleihe eine aggressive Exportstrategie. Mit international einsetzbaren Produkten bearbeiten sie den europäischen Markt. Durch den Zweiten Weltkrieg sind die nordamerikanischen Studiofilme der 1940er Jahre in Europa weitgehend unbekannt und können hier neu verwertet werden. Die Nordamerikaner sind auf allen Ebenen darauf bedacht, sich den alten Markt wieder zu eröffnen, und üben als eine der Siegermächte auf internationalen Verhandlungen erheblichen Druck aus, um Importbeschränkungen für jedwede Produkte so weit wie möglich einzugrenzen. Darunter fallen auch Produkte, die nach traditionell europäischem Verständnis Träger von Kultur sind. Zur Begleichung ihrer beträchtlichen Kriegsschulden sehen sich die Franzosen wie andere europäische Länder gezwungen, den Nordamerikanern großzügige Importquoten einzuräumen.²³ Diese Strategie bevorzugt eine Standardisierung der Filmsprache auch in Europa. Eine kulturindustrielle Festlegung scheint die Folge zu sein (Novell-Smith 1998). Die nationalen europäischen Filmindustrien sehen sich erst wieder mit der Einführung des Mediums Fernsehen zu Innovationen gezwungen, da sie sonst nicht überleben können. Ausgehend vom italienischen Neorealismus werden neue Sichtweisen von Filmen und Filmproduktionen in Frankreich mit der Kultur der *Cinephilie* möglich. Die französische Filmindustrie wird nach Kriegsende neu strukturiert. Das CNC (*Centre National de la Cinématographie*) wird gegründet und mit ihm – als Gegenreaktion zu nordamerikanischen Produktionen – das Prinzip der begrenzten staatlichen Kontrolle sowie der Unterstützung des nichtkommerziellen Kinos. Das Konzept des Autorenkinos entsteht in diesem Zusammenhang als Alternative zum gängigen französischen Kino. In der Filmpraxis bringen die Autorenfilme der *Nouvelle Vague* Ergebnisse, weil sie sich den aktuellen Gegebenheiten anpassen. Sie werden mit einem niedrigen Budget gedreht, sodass sie kein Massenpublikum zur Amortisierung brauchen und rückgängige Kinozuschauerzahlen verkraften können. Auch die Zuschauerstruktur ändert sich, das Publikum verjüngt und so hat die *Nouvelle Vague* (ebenso wie ähnlich gesinnte Bewegungen) auch Erfolg, weil sie sich an ein jüngeres Publikum wendet. Sie bearbeitet aktuelle Themen in einer offenen Art und Weise und geht unter anderem mit Sexualität freizügiger um als die *tradition de la qualité* oder Hollywoodfilme.

Nach der Entstehung der *Nouvelle Vague* wird 1962 auch in der BRD von jungen Filmkünstlern ein Programm des *Neuen Deutschen Films* festgehalten. Das Obenhausener Manifest fordert vom Kommerz unabhängige Filme, welche als Kunstobjekte entweder mit eigenen finanziellen Mitteln geschaffen oder staatlich gefördert werden. Die staatliche

²³ Siehe dazu den US-französischen, sogenannten ‚Blum-Byrnes‘-Vertrag vom 28.05.1946. Er hebt Einfuhrbeschränkungen für nordamerikanische Filme vollständig auf und verursacht große Bedenken innerhalb der französischen Filmbranche, welche den Tod des eigenen Kinos befürchtet, was sich jedoch nicht bewahrheitet. (Geneviève Sellier, «Le GATT contre l'Europe. Le précédent des accords Blum-Byrnes», *Le Monde diplomatique*, November 1993: 15 und Vincendeau in Novell-Smith 1998: 315)

Filmförderung nach 1945 ist eine der Grundvoraussetzungen für die Entstehung des Autorenkinos in Frankreich, den beiden Deutschlands und Italien. Film wird als nationales Kulturgut anerkannt und unterstützt. Der *Neue Deutsche Film* baut ein differenziertes Verhältnis zum Rezipienten auf, in dem er/sie als emanzipierter Gesprächspartner angesehen wird. Die Barrieren zwischen Regisseur und Drehbuchautor werden eingerissen. Beide Funktionen sind entweder in einer Person vereint oder es findet eine enge Zusammenarbeit statt. In England ist die *New Wave* eine dynamische, aber kurzlebige Bewegung, welche ihr Hauptinteresse auf die Arbeiterklasse und ihre Erfahrungswelt legt. Sie wird bereits 1963 von dem *Phänomen des ‚Swinging London‘ und dem zunehmenden internationalen Interesse an der Britischen Kultur* verdrängt (Novell-Smith 1998: 557).

Ein radikaler Angriff in Europa gegen den Autor erfolgt durch Aufsätze von Roland Barthes (*La mort de l'auteur* 1968) und Michel Foucault (*Qu'est-ce qu'un auteur?* 1969).²⁴ Sie rufen in der Literaturwissenschaft in Bezug auf die Instanz des Autors und die Bedeutung der Autorenschaft für einen Text (Film inbegriffen) kontroverse Diskussionen hervor. Der Autor wird in Frage gestellt, sein Tod deklariert, bestätigt oder verneint. Barthes ersetzt den Autor durch ein Konzept vom Schnittpunkt der Diskurse und verweist damit auf Julia Kristevas Verabschiedung des Autors zugunsten einer universalen Intertextualität. Michel Foucault hingegen beschreibt und begrenzt die Instanz des individuellen Autors als eine auf die Epoche der Moderne reservierte diskursive Funktion, mit der bestimmte Texte als ‚Werke‘ klassifiziert und mit besonderen Eigenschaften versehen werden können. Der Gestus beider Schriften wendet sich in einer bis dato ungewohnten Grundsätzlichkeit gegen die disziplinären Regeln der Wissenschaft, die *explication de texte*, eine seit Anfang des Jahrhunderts staatlich sanktionierte Instruktion. Das Zusammentreffen von theoretischer Kritik und gesellschaftlichem Umbruch durch die 1968er Generation untergräbt den bisher selbstverständlichen, disziplinär-legitimierten Umgang mit dem Autor.

1.2.2 Las Americas

Während der deutsche Sprachgebrauch Amerika als einen Kontinent definiert, sprechen die Nordamerikaner von zwei Kontinenten: Nordamerika und Süd-/Mittel-/Lateinamerika. Die Miteinbeziehung der USA in die Arbeit macht doppelt Sinn: in Bezug auf die konzeptuelle Seite der Arbeit, da von dem Erfolg der Nordamerikaner gelernt werden kann und Bewertungskriterien in Abgrenzung zum Erfolgsmodell erschlossen werden können. In Bezug auf die ökonomische Analyse macht es Sinn, weil die USA als stärkster Konkurrent als Maßstab angesetzt wird.

1.2.2.1 USA: *New Hollywood und Independent Cinema*

Der Filmwissenschaftler Andrew Sarris vereinfacht 1962 das heterogene Konzept der *politique des auteurs* auf amerikanisch simplifizierende Art zur *auteur theory*. Den Begriff des Autors (als *auteur*) führt er mit Artikeln in Filmmagazinen wie *Film Culture*, *Film Quarterly*, und *Film Comment* in den nordamerikanischen Filmdiskurs ein. Sarris ist sich der Vagheit der Theorie und seiner persönlichen Interpretation des Konzeptes bewusst:

²⁴ Beide Texte sind in der deutschen Übersetzung zu finden in: Jannidis et al. (Hg.), *Texte zur Theorie der Autorschaft*, Stuttgart (Reclam) 2000.

Truffaut has recently gone through great pains to emphasize that the auteur theory was merely a polemical weapon for a given time and a given place, and I am willing to take him at his word. But, lest I be accused of misappropriating a theory no one wants anymore, I will give the Cahiers critics full credit for the original formulation of an idea that reshaped my thinking on the cinema. (Sarris 1962: 62)

Sarris bezieht die Prinzipien der *politique des auteurs* auf Nordamerika, um mit seiner Version des Konzeptes einen Pro-Hollywood-Umschwung in der Kritik zu erreichen. Seine Absicht ist es, mit der Autorentheorie als kritischem Werkzeug die Geschichte des nordamerikanischen *mainstream*-Kinos neu zu überdenken und zu schreiben. Die nordamerikanische Filmkritik bevorzugt seiner Ansicht nach undifferenziert ausländische Produktionen und Dokumentarfilme. Die Einführung der *Cahiers*-Kriterien, der *politique des auteurs* und seine Übertragung auf die USA sind nicht trennbar von den damaligen wirtschaftlichen und künstlerischen Verhältnissen in den Vereinigten Staaten (Kamp 1996): Die klassische Hollywoodära geht mit den 1960ern ihrem Ende entgegen. Die vormals übermächtigen Studios haben mit der Popularität des Fernsehens und der wirtschaftlichen Krise des Landes zu kämpfen. Sie setzen ihre Strategien auf Neuerungen wie große 3-D-Erlebnisse und vielfach millionenschwere Großproduktionen. Doch der Erfolg bleibt aus und die Studios müssen sich anpassen. Hollywood ist ein großer Koloss, aber eine der Stärken des US-amerikanischen Kinos ist es, flexibel auf Veränderungen im Filmmarkt zu reagieren. Das Konzept wird assimiliert und *New Hollywood* entsteht. Die ‚Theorie‘ zeigt in der Praxis Erfolg. *New Hollywood* schafft es, in seiner relativ kurzen Existenz zwischen 1967 (mit *Die Reifeprüfung*, Mike Nichols) und 1979 (*Apocalypse Now*, Francis Ford Coppola) das Hollywoodysystem zu modernisieren. Seine Filme zeichnen sich durch eine gesellschaftskritische Grundhaltung aus. Sie modernisieren oder dekonstruieren die Genre-Konventionen des Hollywood-Kinos: Sie wenden sich nicht von Hollywood ab, sondern *adapted classical conventions to contemporary tastes* (Bordwell/Thompson 1997: 471). Wie sein französischer Vorgänger stellt *New Hollywood* Gewalt und Sex deutlich dar. Es erfolgt eine Verschiebung weg vom Namen des Studios und der Stars als Erkennungszeichen hin zum Namen des Regisseurs als Gütezeichen.

Neben dem *New Hollywood* entwickelt sich eine neue Form von *Independent Cinema*, das dem Autorenkonzept näher ist.

An energetic independent film tradition [emerged] that found audiences among film fans, young people, and minorities and subcultures willing to participate in an experience significantly different from the mainstream. (Bordwell/ Thompson 1997: 471)

In den 1980ern kommt Hollywood gestärkt aus dieser Phase der Renovation hervor. In Hollywood wird produziert, was Gewinn bringt. Namen sind wie Markenartikel, und so sind auch erfolgreiche Autorenfilmer, deren Konzept und Arbeitsweise sich schon bewährt haben, willkommen. Auf Dauer ist Hollywood als Ganzes jedoch nicht mit Autorenfilmen und -filmen zu vereinbaren, eine mythische Filmform mit perfektem Illusionismus wird bevorzugt. Denn grundsätzlich wird in Hollywood Film zur Traumwirklichkeit, die besser als Wirklichkeit zu verkaufen ist. In einem solchen Illusionismus muss der ‚Autor‘ ausgeschlossen sein, der als Urheber von Illusion erkennbar wäre und die wirkungsvolle Gleichsetzung von Illusion und Wirklichkeit unterbräche.

Der ‚Rachefeldzug‘, mit dem Hollywood dann in den 80ern und 90ern die Leinwände dieser Welt zurückeroberte und das postklassische Hollywood-Kino zu seinem globalen Triumph führte (Elsaesser 1998), machte sich nicht nur neue Technologien und Vermarktungsstrategien zu nutze (Wyatt 1994), sondern auch die von den Auteuristen erstrittene Anerkennung eines Autorenkinos, das man mit dem Namen des jeweiligen Regisseurs identifizierte. (Felix 2002: 15)

Der Hollywoodfilm ist weiterhin bestimmt durch die Arbeitsteilung in allen künstlerischen Bereichen. Filme sind – anders als in den meisten anderen Filmländern – Teil einer Serienproduktion. Dies ist nicht nur auf offensichtlicher Ebene so (*Rambo I, II, III, Jurassic Park I, II, III* oder zahlreiche Remakes wie *Drei Männer und ein Baby*), sondern auf vielen anderen thematischen und strukturellen Level. *Von einer ‚originellen‘ Handlung im doppelten Sinn [kann] nicht mehr gesprochen werden* (Kamp 1996: 56). Vorgefertigte Handlungsmuster, reine Genre-Produktionen und viele Filme mit gegenseitigen Anspielungen – Kamp nennt dies den ‚postmodernistischen Zitatenfilm‘ – bestimmen den Markt. Die Zitate beschränken sich dabei nicht auf die nationale, Hollywood-geprägte Filmtradition, sondern bauen auch auf dem internationalen Autorenfilm auf, assimilieren und verwerten ihn für ihre Zwecke. Die *politique des auteurs* und die Kriterien für einen Autorenfilm können als konstruktive Arbeitshypothese auf solche Filme nicht angewendet werden.

1.2.2.2 Hispanoamerika: Der Autorenfilm – *Drittes Kino* – *Nuevo Cine*

Das auseinandergehende Filmverständnis und die unterschiedlichen Filmtheoriedebatten spiegeln sich im Einfluss des Autorenkonzepts auf die beiden Amerikas wider. Während in Nordamerika die sogenannte Autorentheorie den Koloss modernisiert, ohne ihn grundsätzlich in seiner Filmsprache zu erneuern, hat das Autorenkonzept in Hispanoamerika langfristige Diskussionen weitergeführt und in neue Richtungen gelenkt. Der traditionell wichtige Realismusbegriff verändert sich im hispanoamerikanischen Kino.

Realism, no longer seen as tied to simple perceptual truth or to a mimetic approximation to the real, was increasingly used to refer to a self-conscious material practice. The cinema's power of representation – its ability to reproduce the surface of the lived world – was activated not as a record or duplication of that surface, but in order to explain it, to reveal its hidden aspects, to disclose the material matrix that determined it. This process was, furthermore, not an end in itself. (...) But it was articulated as part of a larger process of cultural, social, and economic renovation. (Lopez 1990: 407)

Der Autorenfilm verhilft den Hispanoamerikanern ebenso wie den Europäern zu einer Emanzipation und zu neuem Selbstbewusstsein im Filmbereich. Film wird zur eigenständigen Kunst und zu einem kraftvollen Kommunikationsmittel für gesellschaftliche Kritik. Abseits der staatlich kontrollierten Filmproduktionen entsteht in den 1960er Jahren das *Nuevo Cine Latinoamericano*. Es bringt viele künstlerisch anspruchsvolle Filme hervor, die sich sowohl inhaltlich als auch formal deutlich von den staatlich unterstützten Werken absetzen. Zunächst orientieren sich viele am europäischen Autorenkino und mit ihm an neorealistischen Prinzipien, besonders die Argentinier. Ein Minimalbudget gehört zu den Konstanten des hispanoamerikanischen Kinos. Neorealistische Prinzipien wie das Drehen an Originalschauplätzen und das Integrieren von Laienschauspielern scheinen daher aus der Not eine Tugend zu machen. In Brasilien entsteht das *Cinema Novo* um 1963 und brasilianische Filmemacher sprechen auf Filmfestivals in Europa von einer *Verbindung zwischen einem Autorenkino als Hervorbringung eines individuellen Künstlers und einem volkstümlichen oder gar politischen Kinos* (Schumann 1982: 9). Der Umschwung des ‚Neuen lateinamerikanischen Kinos‘ in Richtung eines revolutionären Kinos kommt nach Hispanoamerika: *La hora de los hornos* von Fernando E. Solanas und Octavio Getino (1968) gehört zu den ersten und aufsehenerregendsten Werken dieser neuen Generation von Filmemachern. Bis heute zählt der Film zu den bedeutendsten Werken des revolutionären Kinos. Mit diesem Werk und ihrem Manifest ‚Für ein drittes Kino‘ (1969) begründen die

beiden Argentinier Solanas und Getino das *Dritte Kino*. Es wird verstanden im Gegensatz zum ersten Kino, dem kommerziellen Kino Hollywoods, und zum zweiten Kino, dem europäischen Autorenkino, als das Kino der Revolution. Es fordert den Regisseur mehr als politischen Kämpfer denn als Künstler und distanziert sich bewusst vom kommerziellen Charakter des traditionellen Kinos (Schumann 1982). Getino und Solanas kritisieren am europäischen Autorenkino, dass es trotz reformerischer Tendenzen zu der Bewirkung realer politischer Veränderungen nicht fähig ist. Dies liegt unter anderem daran, dass sich einige Autorenfilmer mit Hollywood messen wollen. Das erste Kino – Hollywood – ist an der Erhaltung des momentanen Zustands interessiert und hat per se politische Intentionen. *Film ist Ware – Produkt einer Filmindustrie, die zur Bestätigung des Vorhandenen neigt* (Monaco 2000: 2). Dagegen wollen Solanas und Getino antreten. ‚Ihr‘ Kino wird nicht als illusionistische Traumfabrik benutzt, es soll vielmehr Modell gesellschaftlicher Verhältnisse und Motor politischer Veränderungen sein. Viele andere lateinamerikanische Filmemacher ziehen mit. Sie setzen sich ab vom Individualismus des Autorenkinos, auch wenn der stilistische Einfluss des Neorealismus, der *Nouvelle Vague* und des Surrealismus Luis Buñuels beträchtlich ist. Von 1968 und 1973 blüht das Kino in Lateinamerika und zum ersten Mal werden Kinofilme aus dieser Region in Europa mit Interesse rezipiert. Sie werden als Vorbild für aufklärerisches, politisches und wegweisendes Kino gesehen.

Die wechselhaften Staatsformen in Lateinamerika beeinflussen das Leben und die Themen der Autorenfilmer. Die Flucht vor der Staatsgewalt betrifft in Chile ab 1973 viele Filmtätige. In Argentinien kommt es zu einer Verfolgung sowie immer häufiger werdendem Verschwinden von oppositionellen Regisseuren und anderen Filmschaffenden. Das Thema der Nation, Diktaturen und Exil prägen die Filme:

Der Versuch, vom Exil aus die eigene Identität neu zu reflektieren und filmisch auszudrücken, war allein schon aus finanziellen Gründen ein schweres Unterfangen. Gleichzeitig führten der Blick von außen, die stärkere Notwendigkeit, auch für ein internationales Publikum verständlich zu sein, sowie die intensive Berührung mit anderen Kulturen zu einer enormen inhaltlichen und stilistischen Bereicherung. (Bremme 1998: 196)

So entspringen in der Folgezeit wichtige Beiträge zum hispanoamerikanischen Kino nicht nur dem amerikanischen Kontinent, sondern kommen auch aus Frankreich oder Italien.

In den 1970er Jahren geht die Entwicklung in Mexiko und Venezuela in eine andere Richtung: Eine industriell entwickelte und kommerzielle Produktionsweise setzt sich durch. Das Ergebnis sind Hollywood-ähnliche Filme ohne politisch antreibenden Charakter, der die Filme in Europa so beliebt gemacht hatte. Die neue, große Welle (*nouvelle vague*) verebbt auch hier. Doch das *Nuevo Cine Latinoamericano* besteht weiter. Das heute noch bestehende gleichnamige Festival in Havanna ist ein Relikt alter Zeiten. Latein- und Hispanoamerikaner aller Richtungen identifizieren sich weiterhin mit dem (Autoren-) Filmkonzept und seinen Prinzipien. Vom europäischen *Autorenfilm* zum *Tercer Cine* zum *Nuevo Cinema Latinoamericano* geht die Geschichte des Autorenkonzeptes in Hispanoamerika weiter zur heutigen Art der Autorenfilme. Die Filmwelt und die Arbeitsweisen der Künstler, welche die Filme erzeugen, ändern sich ständig. In ihr existiert das Konzept des Autorenfilms in immer neuer Form weiter. Es ist nicht mit der Einführung der Psychoanalyse und des Strukturalismus in die Filmtheorie verworfen worden, es hat überlebt. Die Autorenfilme sind nicht mehr politisch in ihrer Reinform oder doktrinär oder wollen sofort neue Gesellschaftsmodelle herbeiführen wie die Filme der 60er Jahre. Sie stellen fiktive Realitäten einzelner, privater Menschen dar. Sie zeigen vom Privaten auf das

Öffentliche und führen Missstände – so wie die neue Generation der Autorenfilmer sie sehen – vor Augen. Sie sind nicht apolitisch und bieten im Gegensatz zu ihren Vorläufern in ihren Filmen oftmals keine Lösungen an. Das heutige hispanoamerikanische Autorenkino ist real, realistisch und politisch – in Abgrenzung zu ‚politisch korrekt‘.

1.2.3 Das neue Autorenkonzept – ein globales Regiekino?

Die dem Autorenkonzept nachfolgenden Theorierichtungen in Filmwissenschaft und -praxis verändern deren Fokus von der Einzelperson (dem Autor) hin zur Gruppe (gesellschaftlicher Einfluss), vom Autor zum Rezipienten oder vom Persönlichen zum Sachlichen (Text/Film). Dennoch bleibt der Autor lebendig, insbesondere in der Filmkritik. Das Autorprinzip als Interpretationsperspektive bleibt bestehen:

Heute spricht man von der Rückkehr des Autors ... insbesondere für das Reden/ Schreiben über Film als Kunst gilt: Authorship is by far the best-known 'theory' of cinema (Croft 1988: 310). Dass dabei der Terminus „Theorie“ in Anführungszeichen gesetzt wird, verweist zwar auf die beide den Auteursisten und ihren Kritikern gleichermaßen bekannte Annahme, bei der sogenannten „Autorentheorie“ handele es sich eher um persönliche Haltung als um eine ausgearbeitete Theorie, zieht aber die Gültigkeit des Autorprinzips als Interpretationsperspektive gewöhnlich kaum in Zweifel. (Felix 2002: 17)

Das heutige Selbstverständnis der Autorenfilmer ist in diesem Zusammenhang wesentlicher Bestandteil des Konzeptes. Wie die Filmanalyse zeigen soll, beinhaltet es, dass Regisseure sich nicht (mehr) als Lohnarbeiter sehen und Verantwortung für den Zwiespalt von Pragmatik und Programmatik übernehmen. Von der funktionalen und materiellen Organisation der Filmproduktion lenkt diese Änderung hin auf eine ästhetische Produktivität und die künstlerische Intention. Im Gegensatz zum individuell zentrierten Entwurf des Künstlers als Genie, wie unter vorindustriellen Bedingungen möglich, ist der Entwurf des Autorenfilmers komplizierter mit einer mehrgliedrigen, dezentrierten Definition. Viele Autorenfilmer fungieren mit der Veränderung des Produktionsmodells als ihre eigenen Produzenten, um die Kontrolle über Produktionsvorgänge ausüben zu können. Sie sehen sich weiterhin als ursprünglicher Kreator von Filmen, ohne den Gruppencharakter der Filmarbeit zu verneinen. Kritiker des Autorenkonzeptes sehen in der Ernennung des Regisseurs als Autor eine ‚romantische‘ Vorstellung des Künstlers (Lapsley, Westlake 1998: 105) und erkennen vor allem die historische Bedeutsamkeit in den 1970ern, als es dem Film verhilft, weitgreifend als Kunst angesehen zu werden. Zum Teil weit übertrieben, ist der Unterschied zwischen Selbstanspruch der Autoren und Geleistetem in der konkreten Analyse im Einzelnen zu überprüfen. Einige der vielen heterogenen Selbstansprüche der Autoren, wie das Engagement für Phantasie, Kritik und für Verantwortung, ein Sinn für eine soziale Aufgabe, die freie Entfaltung der Sprachpotenz und das Gehen experimenteller Wege, sind nicht immer durchsetzbar oder vereinbar mit ökonomischen Zwängen sowie dem Erreichen einer gewissen Anzahl an Zuschauern. Die Schwierigkeit des Filmschaffens liegt in der Vereinigung der unterschiedlichen Ansprüche, Zwänge und Wünsche.

Mit dem veränderten Selbstverständnis der Filmautoren erscheint auch die Frage nach der Substanz der filmischen Sprache neu. Aus der Perspektive der Filmgeschichte und mit der Erfahrung der ideologischen Funktionalisierung von Ästhetik wird die Entwicklungsfähigkeit der Filmsprache problematisiert: Wie kann im Film noch gesprochen werden, erzählt oder dokumentiert? Das Verfahren der Filmnaht (*suture*), welches im klassisch narrativen Film die Handlung zu geschlossenen narrativen Syntagmen ordnet,

eignet sich aufgrund seiner Wirkung nicht für die Autorenfilmer: Dieses Verfahren bewirkt, dass der Moment der Darstellung implizit wird, was wiederum zur Folge hat, dass die erzählerische Darstellung weder einsehbar noch hinterfragbar wird. Es reduziert die Realität und vereinfacht, den Zuschauer geradlinig durch die Geschichte führend. Dies entspricht nicht dem Rhythmus und der Realität des modernen Lebens und entmündigt den Zuschauer in gewisser Weise. Im Gegensatz dazu wollen die Filme der Autoren aktuelle Geschichtsbilder darstellen, in denen Politik und Emotionen thematisiert und Formen sozialer Kommunikation reflektiert werden. Nicht die Wiederholung von Wirklichkeit wird angestrebt, sondern die Schaffung eines neuen Zustandes, welcher sich mit dem Bewusstsein des Zuschauers wieder zu einer Wirklichkeit zusammensetzt, den Zuschauer in seinem Inneren und seinen Emotionen erreicht. Die komplexen Erzählstrukturen produzieren Sprünge und Leerstellen in der Erzählung. Diese werden dem Verständnis dann einsichtig, wenn ihre Vermittlung jenseits des Zusammenhaltes des narrativen Illusionismus liegt: Das Ästhetische verweist über das Objekt hinaus auf etwas Drittes und das Zeichenangebot wirkt erst durch den Rezipienten. Das Wesentliche der Rezeption findet dementsprechend nicht auf der Leinwand, sondern im Kopf des Rezipienten statt. Der Adressat kann das Zeichenangebot eines Films annehmen, wie er es verweigern kann. Nimmt er es an, so lässt er die Zeichen kommunikativ wirksam werden, indem er sie in seinem aktivierten Bewusstsein verarbeitet und den Film oder das Buch mit Sinn füllt: *Der Film entsteht im Bewußtsein des Betrachters* (Hickethier 1996: 6). In diesem Sinn wird der Adressat und Rezipient zum Ko-Autor.²⁵ Erst die Aufführung des Rezipienten im Bewusstsein des Adressaten beinhaltet während des Kommunikationsprozesses die Sinngebung. So geht der Zuschauer aus seiner (ihm oftmals zugeschriebenen) passiven Rolle heraus und erkennt im Film Tiefe bzw. den angelegten Sinn. Klopfer nennt dies *das ästhetische Prinzip der erfüllten Leere* (Klopfer 1995: 15). Die Nutzung des Prinzips bietet sich für die Ziele der Autorenfilmer an. Es baut ein von Hollywood unterschiedliches und emanzipiertes Verhältnis zum Zuschauer auf, welcher als kompetentes Gegenüber gesehen wird. Die Aufgabe des Regie Führenden ist in diesem Zusammenhang die Bündelung der Zuschauerkompetenzen.

Ich habe das heutige Autorenkonzept tentativ globales Regiekino genannt. Damit soll dem Umstand Rechnung getragen werden, dass die Filmwelt beständig zusammenwächst und weiterhin international handelt. Die Internationalität der Filme entsteht nicht nur durch vermehrte Koproduktionen und ihre möglichen Vertragsbedingungen wie die Einbeziehung von Schauspielern aller Koproduktionsländer in die Produktion oder eine Postproduktion in einem anderen Land als die Produktion, sondern allgemein durch eine bessere Kommunikations-, Informations- und Transportstruktur unter anderem durch Medien wie das Internet. Wenn als Beispiel der ‚Blow Up‘ (die Übertragung des Filmmaterials auf 35 mm für die Kinovorführung) in Argentinien durch die technische Ausstattung, den zeitweise günstigen Wechselkurs und die allgemeinen Industriebedingungen weitaus preisgünstiger ist, Angebote zeitgleich über das Netz eingeholt und angenommen werden können, nehmen Filmschaffende Transportkosten und weite Transportwege in Kauf und nutzen den ökonomischen Vorteil. Im Begriff „Regiekino“ (lat. regere = lenken – Gegensatz zum Autor, dem alleinigen Verfasser) wird nicht nur der Gruppenaspekt bei der Filmproduktion weiter betont, sondern auch der Zuschauer als Geführter miteinbezogen. Der aus der Literatur

²⁵ Zum Prinzip der Ko-Autorschaft verweise ich auf Klopfer 1975, 1986, 1992 und 1996a, sowie auf Sartre 1981: 39ff.

geliehene Begriff „Autor“ scheint in diesem Zusammenhang und mit der Emanzipation der Filmkunst mehr Gewohnheit als angemessene Titulierung zu sein.

Die sich aus der Geschichte des Autorenfilms herauskristallisierenden und im folgenden Kapitel konkret überprüfbaren, für einen heutigen Regiefilm greifenden Kriterien lauten zusammengefasst:

1. Selbstverständnis des/r RegisseurIn: Vorstellung von Film als persönliches und/oder politisches Ausdrucksmittel sowie künstlerische Freiheit (final cut). Hier greift: Je subjektiver, desto universeller (Novalis).
2. Eigenbestimmtheit/ entscheidender Einfluss des/r RegisseurIn bei der Budgetbestimmung und -verwaltung.
3. Produktionsmodell ist auf künstlerische Notwendigkeiten zugeschnitten; der/die RegisseurIn übernimmt häufig die Aufgabe von SkriptschreiberInnen, Kameramann/frau und ProduzentIn und/oder es wird eng im Team gearbeitet.
4. Technik: neue/ einfache/ kostensparende Techniken, auch um größtmögliche Unabhängigkeit zu gewahren.
5. Mise-en-scène: Fokus auf kreative Inszenierung, die bedeutender als die nachträgliche Montage ist. Umgehung des Verfahrens der Filmnaht (*suture*). Einsatz neorealistischer Prinzipien wie Drehen an Originalschauplätzen und Verwenden von Laiendarstellern.
6. Erzählung: häufig keine einzelne, durchgängige und kausal zusammenhängende Geschichte mit Starbildern und zielorientiert handelnden Protagonisten; der Ausgang der Handlung ist mehrdeutig und die Erzählweise ist wichtiger als die Handlung an sich; die Themen sind aktuell, direkt und alltäglich.
7. Ästhetik/Stil: teilweise humoristisch; Benutzung verschiedener Genres, Konventionen und Klischees durchbrechend bzw. für sich intelligent nutzend; Hinterfragung der Substanz der filmischen Sprache und des fortlaufenden Bilderflusses; ‚casual look‘.
8. Zeit: In der Erzählung wird nicht zwingend chronologisch vorgegangen, es gibt sogenannte ‚tote Zeit‘ in ausgedehnten Spannen ohne Ereignisse mit einem Mosaik der Gleichzeitigkeiten von Ereignissen oder in Echtzeit gedrehte Filme.
9. Verhältnis zum Rezipienten: Er/Sie wird als emanzipierter Gesprächspartner angesehen.
10. Abstand zur puren Unterhaltungs-Filmindustrie / Gegenmodell zum Fabrikprodukt. Die heterogene Bewegung hat keine einheitlich festgelegte Ausrichtung politischer, sozialer oder ästhetischer Einbindungen, welche je nach der persönlichen Version erfolgt, aber sie distanziert sich vom reinen Unterhaltungsspektakel der sogenannten Traumfabrik.

1.3 Film- und Länderauswahl

Film ist von Anbeginn ein internationales Medium. Mit neuen technologischen Entwicklungen, neuen Märkten und Marketingstrategien wie zum Beispiel dem Internet haben sich diese internationalen Verwebungen weiter verdichtet. Ein Autorenfilmer ist heutzutage ein Unternehmer, der 1. viel reisen muss, um finanzielle Mittel für seine Projekte zu erschließen, der 2. mit einem oftmals internationalen Filmteam möglicherweise in internationalen Ko-Produktionen zusammenarbeitet und der 3. nach Abschluss seines Werkes dieses auf die Festivals der unterschiedlichsten Länder begleitet. Durch neue Technologien und Abspielgeräte sind Filme international besser verfügbar. Diese Gegebenheiten haben großen Einfluss auf die Ästhetik der Filme. Viele der heutigen hispanoamerikanischen Regiefilme sind von örtlichen Themen beherrscht. Der Zentralismus der drei Länder und die fortschreitende Verstädterung spiegeln sich in der Urbanität der Filme wider²⁶, das Thema der (urbanen) Gewalt ist dominant in zwei von den drei untersuchten Filmen. Spezifisch lokale Themen sind die Folgen des bewaffneten Konfliktes in Kolumbien, die Bürokratie des Sozialismus auf Kuba oder die Korruption der Gesellschaft nach dem jahrzehntelangen Vorherrschen der Einheitspartei in Mexiko. Trotz der Eingebundenheit in einen national spezifischen Kontext und gerade deshalb sind die meisten dieser Filme für ein internationales Publikum, welches begrenztes Wissen zu den jeweiligen Problemfeldern hat, interessant und auf vielen Verständnisebenen greifbar, wenn die Ästhetik die Filme international verständlich macht.

Die drei hier gewählten Kinematographien der Länder Kuba, Mexiko und Kolumbien sind kontrastiv-prototypisch ausgewählt. Im Folgenden wird zu jedem Land in wenigen Sätzen die Filmgeschichte bis hin zum Hauptinteresse der Arbeit, dem Zeitraum ab den 1990er Jahren, zusammengefasst und die Filmauswahl begründet. Kulturell teilen sich die drei Länder die Karibik und ihre Vorstellungswelt sowie die hispanoamerikanische koloniale Geschichte, filmisch handelt es sich in jeder Hinsicht um drei sehr unterschiedliche Länder. Das kolumbianische Kino kämpft seit Anbeginn um seine Existenz. In dieser Hinsicht geht es ihm wie vielen anderen hispanoamerikanischen Staaten, in denen sich politische und gesellschaftliche Umbrüche und Krisen abwechseln, die sich zwangsweise in der Kunst niederschlagen. Mittel und Wege für anspruchsvolle oder populäre Kunst weit ab von Propaganda oder Werbefilmen bleiben häufig auf der Strecke. Kolumbien ist ein Negativbeispiel und zeigt, unter welchen Umständen eine Filmindustrie nicht entwickelt werden kann, zeigt aber ebenso, wie unter schwierigen Umständen erstaunliche Filme entstehen. Die Kulturlandschaft Kolumbiens ist eine Herausforderung, welcher es an ausführlicher Dokumentation fehlt. Es kommen kulturelle Einflüsse aus den klimatisch, demografisch und wirtschaftlich unterschiedlichsten Regionen Kolumbiens zusammen. Zu den Nordamerikanern verbindet sie – wie die Mexikaner – im Filmbereich eine Hassliebe. Politische Differenzen und nordamerikanische Interventionen bilden das Tagesgeschehen, doch ist eine gemeinsame amerikanische Kultur nicht bestreitbar.

Die kubanische Kinematographie wächst von einer unterentwickelten und völlig von den US-Amerikanern und Mexikanern ausgenutzten zu einer der bedeutendsten der sogenannten Dritten Welt. Dieser Aufschwung und der krasse Wandel von einer nordamerikanisch beeinflussten Kultur zur Besinnung auf die eigene, inselspezifische

²⁶ Das Urbane nimmt traditionell eine große Rolle im Medium Film ein. Zur Urbanität im Film siehe Barber 2002 und Shiel/Fitzmaurice 2001.

Geschichte und Tradition sind Thema vieler Regiefilmer. Kubanische Filme haben seit der Revolution deutlich dazu beigetragen, dass hispanoamerikanisches Kino in Europa rezipiert und geachtet wird.

Mexikos Entwicklung liegt nicht nur geographisch, sondern auch filmisch dem nordamerikanischen Kino am nächsten und Mexiko wird oftmals als *armer Vetter Hollywoods*²⁷ bezeichnet. Seit 1906 gibt es in Mexiko eine konstante Filmproduktion und -dokumentation. Bezeichnend für Mexiko sind die Großproduktionen für ein an den ‚Perfektionismus‘ Hollywoods gewöhntes Massenpublikum, welches unterhalten werden will.

1.3.1 Kolumbien: *Die Rosenverkäuferin* 1998

Das kolumbianische Kino ist – verglichen mit dem kubanischen und mexikanischen – marginal. Es gibt keine kontinuierliche Entwicklung und keine gefestigte Kinoindustrie. Die Filmförderung ist unbeständig und das heimische Publikum unbeeindruckt. Das Gros der Produktionen lässt zudem an Qualität und Professionalität zu wünschen übrig. Immer wieder kommt die Frage nach der Existenz des kolumbianischen Kinos auf oder wird seine lang herbeigesehnte Geburt mit einem neuen, hoffnungstragenden Spielfilm deklariert.²⁸

Mit Filmemachern, die ihre Lehrjahre in Europa und den USA abgelegt haben und nach Kolumbien zurückkehren, beginnt in den 1960er Jahren eine gewisse Professionalität. Carlos Álvarez, Begründer der kolumbianischen Filmwissenschaft, stuft das kolumbianische (Spielfilm-)Kino in seinem Buch *Sobre Cine Colombiano y Latinoamericano* als ein Kino der Klassen ein, welches in einem *desierto cultural* (Álvarez 1987: 178) verortet ist. Die besten kolumbianischen Produktionen kommen daher lange Zeit aus dem Bereich Dokumentarfilm. Schumann schreibt über die Dokumentarfilmer:

Mit den Beiträgen von Carlos Álvarez, Marta Rodríguez und Jorge Silva, die zu den besten des lateinamerikanischen Films zählen, hat das kolumbianische Kino zum ersten Mal Anschluß an die Realitäten des Landes gefunden. Zugleich haben diese Arbeiten die einheimische Kinematografie in zwei Richtungen geteilt: in eine politische, der es um Veränderung der Gesellschaft wie des Mediums geht, und in eine opportunistische, die nur am Status quo interessiert und am Profit orientiert ist, der aus dem Medium geschlagen werden kann. ...

Die Qualität der Filme [hat sich nicht] verbessert, das handwerkliche Niveau gewiß, nicht jedoch die künstlerische Form ... Vielleicht könnte sich das bald ändern, denn die drei großen Dokumentaristen des Landes, Carlos Álvarez, Marta Rodríguez und Jorge Silva, arbeiten an Spielfilm-Projekten. (Schumann 1982: 80)

Erst in den 1980er Jahren etabliert sich das ‚nuevo cine‘ auch in Kolumbien. Laut Carlos Álvarez ist Víctor Gaviria mit *Rodrigo D.* Ende der 1980er Jahre Kolumbiens erster Autorenfilmer (Álvarez 1996). Mittelfristige staatliche Maßnahmen wie die Gründung der FOCINE (*Compania de Fomento Cinematografico de Colombia*, existent von 1978-1992) und die darauffolgende Proimagenes (*Proimagenes en Movimiento Colombia – Fondo Mixto*

²⁷ Vgl. unter anderem Dabrowski 1996: 73ff.

²⁸ Als Beispiel zwei Auszüge aus Publikationen über kolumbianisches Kino der 1990er: *La vendedora de rosas y Estrategia de caracol, que junto con La gente de la Universal, abren el camino para una expresión popular, vivaz, satírica y fantástica (literalmente) de un cine radicalmente colombiano.* (<http://www.geocities.com/Hollywood/Set/3143/colombia.html>, letzter Zugriff: 03.12.2005) und *A toda vista, parece que el Siglo XXI va a ser el verdadero nacimiento del cine colombiano ya que el agonizante Siglo XX le va a dejar un recado de mas o menos dos docenas de películas nacionales terminadas o en proceso de rodaje y postproducción.* (Luzardo, Julio, Regisseur und Filmlektor and der Universität Politécnico Santafé de Bogotá unter http://members.tripod.com/~LUZARDO_2/4cine_colombiano_lata.htm, letzter Zugriff: 10.10.2003)

de *Promoción Cinematográfica*, gegründet 1997) ermöglichen beschränkte, aber zeitweise regelmäßige Produktionen.²⁹

Eine dieser Produktionen ist *Die Rosenverkäuferin*. Der Film wurde ausgesucht, da er alle herausgearbeiteten Kriterien des Regiefilms erfüllt. Victor Gaviria ist in seinem Selbstverständnis ein Autorenfilmer, der alle Schritte seiner Projekte selbst überwacht und den *final cut* vornimmt. Seine Filme sind subjektive Erzählungen mit politischem Hintergrund. Der Drehbuchschreiber, Regisseur und Poet zieht es vor, seine Projekte zu unterbrechen, bevor er in der Ausführung und Ästhetik der Filme Kompromisse eingeht, weil finanzielle Mittel ausgeschöpft sind. Er arbeitet eng in einem Team, welches sein Produktionsmodell mit neorealistischen Techniken unterstützt. Durch die Verwendung von Laiendarstellern werden Starbilder vermieden. Die Erzählung riskiert es, den Zuschauer mit Unverständlichem vor den Kopf zu stoßen, indem sie keine Interpretation vorgibt und uneindeutige Handlungen zeigt. Sie sieht den Zuschauer als emanzipiertes Gegenüber, das Eigenleistung erbringen muss, um sich zurechtfinden zu können. Hier hilft die Mischung aus Antibildungsroman, Märchen und dokumentarischem Spielfilm mit poetischen Elementen dem Zuschauer, an sein kulturelles Wissen anzuknüpfen und dadurch Sinn zu erkennen. Das als Anknüpfungspunkt verwendete *Das Mädchen mit den Schwefelhölzern* entspricht dem Grundmuster eines Märchens und beinhaltet die für die Erzählung wesentliche Erlösungssehnsucht. Das Spiel mit der Zeit ist ein wichtiges Element der Erzählung, welche nicht versucht, zu unterhalten, sondern zu vermitteln. In der Analyse des Films werden die hier nur kurz angerissenen Charakteristika des Films vertieft und seine Funktionsweisen untersucht, um in den weiteren beiden Kapiteln Aufbau und Funktionsweise der Filmwelt zu behandeln und Probleme aufzuzeigen, die dazu führen, dass *Die Rosenverkäuferin*, welche im internationalen Kontext funktionieren könnte, so wenig rezipiert wurde bzw. Zuschauern vorenthalten wird, weil sie in limitierten Kreisen gezeigt wurde.

1.3.2 Kuba: *Erdbeer und Schokolade* 1993

Die kubanische Kinematographie ist in ihren frühen Jahren bis zur Revolution ein Musterbeispiel des nordamerikanischen Wirtschaftskolonialismus. Die Unabhängigkeit von den Spaniern, endgültig 1898, kostet die Kubanern die Abhängigkeit von den USA. Diese gewähren der Insel zwar 1902 die Freiheit, sichern sich aber durch die Verfassung ein Interventionsrecht (bis 1934), welches sie mehrmals nutzen.³⁰ Das Wirtschaftsleben, also auch die Filmindustrie, ist lange ausschließlich von nordamerikanischem Kapital abhängig. Ende der 30er Jahre treibt eine Wirtschaftskrise Filmschaffende nach Mexiko, Kuba verliert nicht nur viele Kapazitäten an Mexiko, sondern bald auch viele seiner Studios: Verleiher mexikanischer Filme übernehmen sie und produzieren dort ihre Filme. Die *Columbia Pictures* benutzt die Mehrzahl der verbleibenden Produktionsstätten zur Synchronisierung ihrer Filme für den spanischsprachigen Markt.³¹ Unter diesen Umständen können wenige kubanische Produktionen hergestellt werden, selbst wenn das heimatische Publikum sie unterstützt. In den 1940er Jahren begründet José Manuel Valdés Rodríguez die kubanische Filmwissenschaft. Durch Amateurfilm-Wettbewerbe auf 8 mm erhalten neue Talente, unter

²⁹ Zu detaillierteren Ausführungen über das kolumbianische Kino und ihre Filmindustrie, vor allem in den 1990er Jahren, siehe die entsprechenden Teilkapitel über Kolumbien in Kapitel 3 und 4.

³⁰ Siehe Meyers Großes Taschenlexikon in 24 Bänden 1998, Band 12: 221ff.

³¹ Siehe Schumann 1982: 65ff.

anderem Tomás Gutiérrez Alea, eine Chance, und einige interessante Experimente außerhalb des Kommerzkinos entstehen. Ein Vorläufer des Autorenkinos ist das *Cine Imperfecto*, angeregt 1956 durch den kubanischen Regisseur Julio García Espinosa in einem gleichnamigen Schriftstück. Mit der Revolution nimmt die Filmgeschichte auf Kuba einen ganz neuen Verlauf. Nach 1959 liegt die Filmwirtschaft zum großen Teil und ab 1961 gänzlich in staatlicher Hand. Sie wird über einen langen Zeitraum zu einem Synonym für die kubanische Revolution. Die neue Regierung gründet als erstes ein nationales Filminstitut, genannt ICAIC (*Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográfica*). Nach Michael Chanan ist Kuba damit

das erste Land Lateinamerikas, in dem es möglich wurde, sich auf nationaler Ebene eine neue kritische und populäre Filmkultur vorzustellen ... Das Kino lag nach der Musik auf dem zweiten Platz der populären Unterhaltungsformen, als die Revolutions-Regierung die Gründung des Filminstitutes veranlaßte, das die Kontrolle der Filmindustrie übernahm und für Produktion und Vertrieb verantwortlich war. ... das ICAIC [entwickelte sich] zur zweiterfolgreichsten Unternehmung dieser Art auf dem gesamten Kontinent, ein Modellfall für das staatliche Eingreifen in die Filmindustrie. (Chanan in Nowell-Smith 1998: 705)

Film wird als Kunst definiert, gestaltet und rezipiert. Die Regierung sieht ihre Aufgabe darin, nationale Kunst zu fördern und zu verbreiten. Der Nutzen für sie ergibt sich durch die positive und einflussreiche Kraft des Mediums Film als Propagandamittel. Ab 1961 wird auch in die filmhistorische Forschung investiert und es werden Anstrengungen zur Archivierung durch die *Cinematheca de Cuba* unternommen. Schwerpunkt ist es, die lange unterdrückten kubanischen Traditionen, welche von nord- oder mittelamerikanischen Einflüssen überdeckt waren, freizulegen und neu zu entdecken. Themenschwerpunkte der Filme dieser Zeit sind entsprechend die Geschichte der Insel und ihre kulturellen Traditionen. Bis nach der CIA-Invasion in der Schweinebucht 1961 existieren die alten Filmstrukturen, danach werden die US-Filmgesellschaften enteignet und unter die Kontrolle des ICAIC gestellt. Die Ausrüstung und das Personal des ICAIC vervielfachen sich dementsprechend in kurzer Zeit. Zunächst wird im Institut viel improvisiert und Filme entstehen aus der Praxis heraus (*work in progress*). Experimentelle Studien und Dokumentarfilme sind die Folge, Zeit für die Entwicklung theoretischer Überlegungen oder Filmschulen ist keine. Die Mehrzahl der kubanischen Künstler und Intellektuellen unterstützt die Regierung in den ersten Jahrzehnten und trägt zum wirtschaftlichen und künstlerischen Erfolg des ICAIC bei, welcher bis zum wirtschaftlichen Einbruch Kubas in den 1990ern anhält. Zwei der wichtigsten kubanischen Regisseure, Tomás Gutiérrez Alea und Julio García Espinosa, sind unter den wenigen, die über eine abgeschlossene Filmbildung verfügen³² und an einer Filmhochschule im Ausland (in diesem Fall Rom) studiert haben. Ihre Werke sind beeinflusst von den ästhetischen Vorbildern des italienischen Neorealismus und anderen Entwicklungen in Europa. Werke von José Massip, Eduardo Manet und Jorge Fraga sind ebenfalls voller Elemente der *Nouvelle Vague*.

Die Themen, welche in den 1970er Jahren aufgearbeitet werden, sind – eventuell aufgrund des großen Anteils von Schwarzen und Mulatten in der Bevölkerung – Rassismus und die Kolonialgeschichte, wobei *Befreiungsbewegungen und Reformprojekte des 20. Jahrhunderts in den Filmen eine größere Rolle spielen als die Unabhängigkeitskämpfe* (Bremme 1998: 192). Geht es um nationale Abgrenzung, so ist nicht Spanien als ehemalige Kolonialmacht, sondern die USA der Konterpart. Durch die Institutionalisierung der

³² Siehe Schumann 1982: 69.

Revolution und die daraus entstehenden Folgen findet ein anderes Thema auf die Leinwand: der Bürokratismus und seine Unwirtschaftlichkeit. Die Revolution braucht das Volk, das heißt jeden Einzelnen und seine Arbeitskraft und nicht einen Beamtenapparat, welcher Produktivität behindert, so die Botschaft der meisten Filme. Im ICAIC selbst werden ab 1976 Maßnahmen zur Selbstfinanzierung und zur Rentabilität eingeführt, um der Unwirtschaftlichkeit zu entgehen.

Bis weit in die 1980er Jahre verhilft Kuba exilierten RegisseurInnen, ihre Projekte auf Kuba fertig zu stellen. So finden zum Beispiel die chilenischen Regisseure Patricio Guzmán und Miguel Littín auf Kuba ein künstlerisches Asyl. Mit Zunahme der wirtschaftlichen Schwierigkeiten seit Ende der 1980er Jahre sind die kubanischen Filmemacher zunehmend selbst auf Produktionshilfe angewiesen. Jointventures mit Spanien oder Mexiko sind bereits die Regel. Die 1990er Jahre verstärken die Koproduktionsbemühungen. Die Meisterwerke von Alea, Espinosa und Gómez werden durch die fantasiereichen, witzigen Komödien und Traumparabeln von Daniel Díaz-Torres, Fernando Pérez, Juan Carlos Tabío erweitert.³³ Diese reüssieren auf internationalen Festivals, mangels entsprechender Verleihstrukturen noch immer die wichtigste Bühne für das kubanische Kino, kommen jedoch nur vereinzelt in internationale Kinos.

In den 1990ern ist eine der wichtigsten Überlebensstrategien des Kinos die Koproduktion. Es werden vermehrt Komödien und weniger Dokumentarfilme produziert. Das Jahrzehnt beginnt mit dem Aufruhr um *Alicia en el pueblo de maravillas* (Alice im Wunderland, Kuba, Daniel Díaz Torres, 1991), welcher nach vier Vorstellungen abgesetzt wird, da er von offiziellen Stellen als zu kritisch empfunden wird. Auf die Unterdrückung und Absetzung des Films reagieren viele Regisseure des ICAIC mit großem Protest und eine öffentliche Diskussion bricht aus.³⁴ Mirta Ibarra zufolge ist das Verbot unberechtigt: „Von Regierungsseite wird in den Film eine politisch-kritische Seite hineingelesen, die in dieser Form nicht fundiert ist. Details von *Alice* wurden als Metaphern gelesen, die als solche nicht beabsichtigt waren.“³⁵ Als *Erdbeer und Schokolade* zwei Jahre später fertiggestellt ist, will die Regierung nicht den gleichen Fehler wiederholen und durch Verboten eines kritischen Films einen Skandal verursachen.³⁶ In diesem Sinn ebnete *Alice im Wunderland* dem kritischen *Erdbeer und Schokolade* den Weg. Die Koproduktion *Erdbeer und Schokolade* ist von mir als Regiefilm eingestuft worden, obwohl sie als kollektives Werk in einem sozialistischen System produziert wird. Das Regisseursteam Tomás Gutiérrez Alea und Juan Carlos Tabío betont in Interviews wie Víctor Gaviria auch, dass Filmproduktion eine gemeinschaftliche Arbeit ist (u.a. *Cineaste* Volume 21 1995: 16-20): Kameramann/-frau, SchauspielerInnen, Beleuchter – jeder trägt mit der eigenen Kraft und eigenen Ideen zum Gelingen des Ganzen bei. Ebenso betonen sie ihre Eigenbestimmtheit und den

³³ Díaz-Torres und Pérez sind beide einen weiten Weg gegangen, auf dem sich auch ein Stück weit die Entwicklung Kubas nachzeichnen lässt. Beide beginnen als Regieassistenten bei Vaterfiguren des revolutionären kubanischen Kinos: Díaz-Torres bei Santiago Alvarez (+1998) und Pérez bei Alea (+1996). In ihren eigenen Dokumentarfilmen setzen sie Regierungspropaganda oder aufbauend-positive Kritik an Unzulänglichkeiten des Alltagslebens filmisch um. Die ersten langen Spielfilme folgen in der zweiten Hälfte der 1980er Jahre. Torres legt 1986 mit *jibaro* einen kubanischen Western vor, und Pérez dreht 1987 mit *clandestinos* einen revolutionären Actionfilm.

³⁴ Zur diesbezüglichen Krise im ICAIC siehe Chanan 1997: 6f. und King 2000: 275.

³⁵ Mirta Ibarra, Darstellerin von *Erdbeer und Schokolade* (Nancy), Tomás Gutiérrez Aleas Ehefrau und heutige Witwe, bei einem Gespräch am 31.05.03 anlässlich einer Filmvorführung von *Erdbeer und Schokolade* im Karlsruhbahnhof in Heidelberg, eigene Übersetzung.

³⁶ „A couple of years ago there was a scandal concerning the film *Alice in Wondertown*. That scandal was like a vaccination [for the government] because ... that sort of situation cannot be repeated; the political cost is too high.“ (Alea in: *Cineaste* Volume 21 1995: 17)

entscheidenden Einfluss von Alea als Autorenfilmer.³⁷ Alea hat als Koryphäe des kubanischen Films genügend Einfluss, um seine Vorstellung von Film durchsetzen zu können und künstlerische Freiheit zu haben. Kostensparende Techniken, der Verzicht auf spektakuläre Spezialeffekte sowie geringe Löhne ermöglichen Alea, den Film mit einem relativ bescheidenen Budget zu produzieren:

Mayito [cinematographer Mario Garcia Joya] uses the hand-held camera a lot ... [and] some devices that he has invented... These kind of devices are part of an esthetic [sic] perspective, but they have also been invented because of our limited resources. We cannot use the kind of sophisticated equipment that characterize big-budget productions. All this has instilled in us a spirit of invention that overcomes our production problems. (Alea in: *Cineaste* Volume 21 1995: 18)

Die im Zitat angesprochenen Produktionsprobleme werden im Team dahingehend gelöst, dass sie die Ästhetik des Films weitgehend unbeeinträchtigt lassen. Im Werk selbst lassen sich Interessen und Vorlieben feststellen, die es als Regiefilm erkennen lassen. Die kreative Inszenierung benötigt das Verfahren der Filmnaht nicht, um im Zuschauer Sinn zu erwecken. Die Handlung findet an Originalschauplätzen statt, ein Großteil davon in der Wohnung des Protagonisten Diego. Dies gibt dem Film einen theatralen Anstrich, welcher durch die in fünf Akte eingeteilte Erzählung unterstützt wird. Die Struktur gibt dem Rezipienten einen bekannten Rahmen, innerhalb dessen das auf Kuba aktuelle Thema der Toleranz entfaltet werden kann. Genre, Konventionen und Klischees werden im Film aufgebaut, um dann durchbrochen zu werden: Die klassische Struktur verbirgt keine klassische Erzählung. Der Zuschauer wird als emanzipierter Gesprächspartner angesehen, welcher in Eigenleistung verschiedene Ebenen des Filmes für sich entdecken kann. *Erdbeer und Schokolade* zeigt der puren Unterhaltungs-Filmindustrie, wie ein Film Unterhaltung mit politischer Verantwortung und Lehrauftrag kombinieren kann.

1.3.3 Mexiko: *Amores Perros* 2000

Die Geschichte der Filmindustrie in Mexiko ist weitgehend in Büchern dokumentiert³⁸ und das Mexikanische Filminstitut verfügt über weitreichende Daten vom Beginn bis heute. Es findet sich eine kontinuierliche Produktions-Geschichte über eine lange Zeit in Mexiko sowie in Argentinien und Brasilien, da diese Länder Inlandsmärkte haben, auf denen sich bei niedrigen Produktionskosten die Ausgaben wieder amortisieren können.

Die mexikanische Revolution gehört zu den Ereignissen, die weit über den Kontinent hinaus Filmschaffende inspirieren.³⁹ Infolge der Revolution konnte sich der Spielfilm erst relativ spät entwickeln, Dokumentationen waren bis 1917 wichtiger. Die ersten Spielfilmarbeiten waren laut Schumann *typisch für die weitere Entwicklung, denn sie waren*

³⁷ „En todas mis películas ... hay rasgos comunes, continuidad, algo que permite comprender que están hechas por una misma persona... Diría que el contexto en que se desarrolla *Fresa y Chocolate* tiene mucho que ver con el de *Memorias*“ (Alea in Fonet 1998: 250). Selbstaussagen der Beteiligten werden bedingt zur Stützung meines Arguments angeführt. So auch Mirta Ibarras Äußerung vom 31.05.2003: „*Fresa y Chocolate* es definitivamente una película de autor“. Eigendarstellungen werden jedoch kritisch und im Kontext gesehen, da die Einstufung eines Filmes oft zusätzlich der Vermarktung und dem eigenen Image dient. Eine Klassifizierung als Autorenfilm oder Regiefilm, wie ich die modernen Versionen hier nenne, ist dementsprechend mit einem Qualitätssiegel gleichzusetzen.

³⁸ Siehe dazu: Alvarado, King, López 1993; Alvarez 1987; Armes 1987; Barnard, Rist 1996; Bernecker 1996; Bremme 2000; Dabrowski 1996; Downing 1987; Getino 1998 und 1987; Junker 1994; King 2000; Martin 1997; Mols 1995; Noriega 2000; Nowell-Smith 1998; Paranaguá 1995; Sánchez Ruiz, De la Vega Alfaro 1994; Schumann 1982; Schwartz 1997; Stock 1997.

³⁹ Unter anderem dreht Sergej Eisenstein 1930-39 *Que viva México*, eine monumentale semidokumentarische Collage.

nichts Eigenständiges, sondern lediglich Abklatsch eines beliebten ausländischen Genres (1982: 82). Wachstum lässt sich im mexikanischen Film ab 1930 feststellen, unterstützt durch staatliche Finanzhilfe beim Aufbau von Studios in Mexiko. Es entstehen Filmkritik und Filmclubs und die erste Kinemathek. 1934 wird die erste Filmgewerkschaft Lateinamerikas gegründet, die UTECM (*Unión de los Trabajadores Estudios Cinematográficos Mexicanos*), die mitverantwortlich gemacht wird für die spätere Erstarrung des mexikanischen Films, in der Anfangszeit aber ein großer Fortschritt für die Arbeitenden ist. Der Staat übernimmt Teile der CLASA-Studios und subventioniert einige Filme erfolgreich. Es etablieren sich die teils bis heute erfolgreichen filmischen Gattungen: das Melodram (*melodrama lagrimógeno*) und die Westernkomödie. Die *comedia ranchera* wird 1936 durch Fernando de Fuentes begründet. Mit seinen folkloristischen Elementen erobert dieses Genre mit Mariachi-Musik den lateinamerikanischen Markt. Thema sind Liebe, Ehre, Mut, Gewalt, Machismo und Jungfräulichkeit, Landschaften und Heimatgefühle. Die thematische Verarbeitung von Teilen der Urbevölkerung Mexikos als Quelle mexikanischer Kultur erfolgte wenig später.

1942 sind 34 % der in lateinamerikanischen Hauptstädten vorgeführten Filme argentinischer, nicht mexikanischer Herkunft. Die argentinischen Tangofilme werden zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz für die Produkte aus den USA. Die CIAA verbietet im selben Jahr die Einfuhr von Rohlingen nach Argentinien.⁴⁰ Gleichzeitig unterstützen die USA Mexiko mit Technik, Ausrüstung und Material.⁴¹ So überholt Mexiko Argentinien bis 1949 und nimmt neben den USA die Vormachtstellung im lateinamerikanischen Filmmarkt ein. Doch Staatsmonopolismus und Inflation machen die Einspielung der Kosten schwierig. Ab den 1960er Jahren arbeitet eine neue Generation von Filmautoren, welche an ihrem Beruf als persönliche Ausdrucksform und Zeugnis der Realität interessiert sind. Diese Cineasten sind von der *Nouvelle Vague* und anderen europäischen Bewegungen in Europa beeinflusst, ein Prozess, der in Mexiko zur Gründung einer Kritikergruppe führt, die sich um die Zeitschrift *Nuevo Cine* sammelt. 1963 beginnt die Filmhochschule *Centro Universitario de Estudios Cinematográficos*, Filme von Studenten und Dozenten zu produzieren, und es beginnen Wettbewerbe für experimentelle Filme. Mit *Tiempo de morir*, einer Literaturverfilmung nach dem gleichnamigen Werk von Gabriel García Márquez, startet Arturo Ripstein, Sohn des bekannten mexikanischen Filmproduzenten Alfredo Ripstein, 1965 seine lange und wechselhafte Karriere.⁴² Arturo Ripstein schreibt, dreht und produziert einige seiner Spielfilme und kann zumindest zeitweise in die Kategorie der Regiefilmer eingeordnet werden. Er setzt sich konstant mit formalen Fragen auseinander und lässt politische, soziale und kulturelle Anliegen eher eine verborgene zweite Ebene der Werke bilden.⁴³

In den 1980ern wird das mexikanische Filmschaffen von Korruption und Spekulation beherrscht. Dazu tritt ein Faktor, der in der veränderten Medienlandschaft einen wichtigen Einschnitt darstellt: Der Fernsehgigant Televisa beherrscht als Medienkonzern mit den Telenovelas den Markt und produziert mehr als die Hälfte der Jahresproduktion von Kinospielefilmen. 1983 wird das staatliche Filminstitut IMCINE (*Instituto Mexicano de*

⁴⁰ Die USA begründen ihr Embargo mit der angeblichen Neutralität der Argentinier im Zweiten Weltkrieg.

⁴¹ Sie tun dies u.a. als Gegenleistung für dringend im 2. Weltkrieg benötigte und von Mexiko gelieferte Rohstoffe.

⁴² Vgl. dazu unter anderem Dabrowski 1996: 82f.

⁴³ Vgl. hierzu die Internationale Münchner Filmwochen, *Arturo Ripstein – Filmemacher aus México*, München (Internationale Münchner Filmwochen) 1989: 7ff. Ripsteins Themen sind die Wiederholung des Schicksals, die Unmöglichkeit, diesem zu entfliehen, der Umgang mit dämonischen Mächten und Göttern, die Liebe, das Spiel und das Glück. Seine Werke reflektieren durch kontinuierliche Arbeit Jahrzehnte mexikanischer Filmgeschichte, in denen er verschiedene Filmstile und -genres ausprobiert.

Cinematografía) gegründet und in der Folge die Filmschulen CUEC und CCC sowie ein eigenes Studio. In den 1990er Jahren verschlechterte sich die finanzielle Lage in dem von vielen als Zukunftsmarkt angesehenen Lateinamerika rapide. Ein Effekt davon ist auch in Mexiko der Versuch der Einführung von Rentabilitätsbestimmungen für Film Institute.

*The cinema Law of 1992 meant that IMCINE reduced its funding from 100 percent to 60 percent of the production costs. (Segre 1997: 43) und
In addition, screening quotas for national films were greatly reduced, with a view to abandoning the quotas altogether. (Rashkin 2001: 14f.) und
In effect, by the end of the 1990s, there was no full state funding, with IMCINE requiring filmmakers to have raised 80 percent of the expected production costs before a project was accepted. (Hershfield & Maciel 1999: 289)*

Die Prozentzahlen der möglichen Unterstützung durch IMCINE sind weiter schwankend. Der ausgewählte mexikanische Film *Amores Perros* ist ohne finanzielle Hilfe des Film Instituts entstanden. *Amores Perros* ist laut Film-Dienst der Anfang einer Linie von neuen mexikanischen Filmen, welche einen kritischen Blick auf die mexikanische Gesellschaft mit einem großen kommerziellen Erfolg, auch im Ausland, verbinden.⁴⁴ Der Film scheint zunächst interessant, da er sich in seiner Aufmachung und Vermarktung als Autorenfilm präsentiert. Zudem ist er einer der wenigen bekannteren Filme, die es „geschafft“ haben: *Amores Perros* wird in über 30 Ländern gezeigt, darunter in den USA und vielen europäischen Ländern. Er gewinnt auf anerkannten Festivals mehr als 30 kleinere und größere Preise, unter anderem im Mai 2000 bei seiner Premiere in Cannes. Im Jahr 2001 wird er für einen Oscar (in der Kategorie *Best Foreign Language Film*) nominiert und verliert gegen den Favoriten *Crouching Tiger, Hidden Dragon* (Ang Lee). In Mexiko wird ihm der *Taquillómetro de Oro* (goldener Kassenschlager), der Preis für den meistgesehenen mexikanischen Film, verliehen: 3,5 Millionen Menschen gehen dort für den Film ins Kino.⁴⁵ In den USA sind es bis 2001 über 1 Million Zuschauer, was ihn von Januar bis Juli 2001 zum fünfterfolgreichsten Independent-Film macht (Limited Release B.O. 2001). In 12 europäischen Ländern (ohne Deutschland) hat er ungefähr 605.000 Zuschauer, fast 300.000 in Spanien⁴⁶ sowie circa 126.000 in deutschen Programmkinos (Link 2001: 238) und erreicht 125.799 Zuschauer.⁴⁷ Laut Franco Reyes Angaben in 2001 hat der Film durch Kino und DVD-Verkäufe US\$ 8 Millionen eingespielt, ohne am Ende seines Lebenszyklus angelangt zu sein; im Oktober 2003 zum Beispiel wird er im britischen Fernsehkanal BBCFour uraufgeführt.

Die Konzeption des Filmes auf den internationalen Markt inklusive Autorenfilmlabel hat sich gelohnt. An der konkreten Filmanalyse wird sich zeigen, inwieweit die spezifische Konzeption des Films mit dem Konzept des Regiefilms vereinbar sind. Das entsprechende Selbstverständnis des Regisseurs Alejandro González Iñárritu ist gegeben, wobei das Persönliche vor dem Politischen steht, denn Iñárritu hat nicht die Intention eines politischen Filmwerkes. Die Budgetverwaltung des Projektes wird in enger Zusammenarbeit von Regisseur und den Produzenten vorgenommen, Iñárritu arbeitet mit seiner eigenen

⁴⁴ Film-dienst 11/03: 44.

⁴⁵ Vgl. Krebs, Gerit (2002): „Da strahlt es endlich: das definitive Bild des Machos. Die jüngsten Kult-Filme kommen aus Mexiko. Hintergründe einer Erfolgsgeschichte“ in: *Weltwoche* 2 (10.01.2002): 29.

⁴⁶ Siehe LUMIERE (Datenbank der Europäischen Union zu Zuschauerzahlen von in Europa gezeigten Filmen http://lumiere.obs.coe.int/web/EN/film_stats.php?film_id=15398, letzter Zugriff: 22.04.2003).

⁴⁷ www.dvd-narr.de/datenbank/amoresperros.html, letzter Zugriff: 08.02.2003. <http://www.insidekino.com/DJahr/D2001B.htm> gibt die Besucherzahl etwas höher mit 143.184 an und errechnet den Film damit als die deutsche Nummer 121 des Jahres 2001. Für eine detaillierte Auflistung von Zuschauerzahlen in den USA und anderen europäischen Ländern siehe die Aufstellung der europäischen Datenbank *Lumiere* im Anhang.

Produktionsfirma Zeta Film sowie mit Altavista zusammen. Der Film verwendet neuere Techniken nicht nur um Kosten zu sparen, sondern weil sie das Handwerkszeug des Werbefilmers Iñárritu sind und zur modernen Stadtgeschichte passen, ebenso wie die Originalschauplätze. Die Montage ist wesentlicher Bestandteil dieses Filmes und seiner schnellen und aktuellen Ästhetik, welche den Rhythmus einer Metropole durch schnelle Schnitte und wechselnden Umgang mit Zeit übersetzt. Dies entspricht nicht dem Konzept der Regiefilme. Auch die Verwendung der Darsteller entspricht nicht den Kriterien. *Amores Perros* nimmt in Mexiko bekannte Fernsehschauspieler, um dem heimatlichen Publikum bekannte Gesichter zu bieten. Dies hat zwingenden Einfluss auf die Rezeption. Die Erzählung ist wie die Zeit fragmentiert. Die Struktur und die Dreierkonstruktion der Geschichte stellen ebenso wie explizite Aussagen des Regisseurs einen Bezug zu Tarantinos *Pulp Fiction* (USA 1994) her.⁴⁸ Eine Verbindung zu mexikanischen Traditionen und Luis Buñuel ergibt sich durch die Art der Darstellung der Stadt an sich und ihrer weniger bevorzugten Stadtviertel. Das Verhältnis zum Rezipienten ist uneindeutig und wird im folgenden Kapitel näher untersucht werden. Auch der Abstand zur puren Unterhaltungs-Filmindustrie ist nur bedingt gegeben. Eine Distanzierung vom reinen Unterhaltungsspektakel der sogenannten Traumfabrik ist absichtlich nicht erfolgt, weil mit dem Versuch der Maximierung der Zuschauerzahlen das Klientel der Traumfabrik als Rezipientengruppe miteinbezogen wird.

⁴⁸ Eine gute PR-Methode, um den Bezug zu einem modernen bzw. postmodernen und erfolgreichen Film herzustellen.

2 Nationale Filme im internationalen Kontext

2.1 *La Vendedora De Rosas* – Straßenkinder

Eckdaten: *Die Rosenverkäuferin*, Kolumbien 1998, 113 min, 35 mm, OV, Regie: Víctor Gaviria, Produzent: Erwin Goggel, Koproduzenten: Pierre Cottrell, Silvia Vargas, Sergio Navarro, Buch: Víctor Gaviria, Carlos E. Henao, Diana Ospina, Kamera: Rodrigo Lalinde, Produktionsdesigner: Ricardo Duque, Produktionsmanager: Erwin Goggel, Kostümbildner: Karina Blumenccweyg, Musik: Luis Fernando Franco, Verleih: Artedis

Schauspieler: Leidy Tabares (Mónica), Marta Correa (Judi), Mileider Gil (Andrea), Diana Murillo (La Cachetona), Liliana Giraldo (Claudia), Giovanni Quiroz (El Zarco), Álex Bedoya (Milton), Yuli García (Yuli), Elkin Vargas (Anderson), John Fredy Ríos (Chocolatina), Robinson García (Pepón), Elkin Rodríguez, William Blandón, Wilder Arango, Duván Vásquez

Frei nach der Erzählung von Hans Christian Andersen *Das kleine Mädchen mit den Schwefelhölzern* (1845)

Plot und Einordnung:

Die Rosenverkäuferin ist Víctor Gavirias zweiter Spielfilm, indem er erneut seine Heimatstadt Medellín in den 1980er Jahren zur Protagonistin macht. Hier strauchelt die 13-jährige Mónica durch eine Existenz am Rande der Gesellschaft. Sie hat seit dem Tod ihrer Großmutter keinen festen Wohnsitz und verkauft Rosen in Nachtlokalen, um die Miete eines Pensionszimmers, welches sie mit wechselnden Mädchen teilt, bezahlen zu können. In der Straßenkinderszene dieser Millionenstadt sind soziale Verbindungen lose und Freundschaften nicht von Dauer. Mónica verteidigt dennoch mutig die Menschen und Dinge, die ihr lieb sind. In ihren durch Klebstoffinhalation hervorgerufenen Halluzinationen sieht sie sich wieder mit der Großmutter vereint. Weihnachten bringt emotionale Schwierigkeiten mit sich und die Weihnachtsnacht endet wie in der Vorlage von Hans Christian Andersen glücklich und tragisch zugleich.

Mit *Die Rosenverkäuferin* ist Víctor Gaviria ein poetisch realistischer Blick in die Welt von Kolumbiens Straßenkindern⁴⁹ gelungen. Die Vermischung von Fiktion und Dokumentarfilm birgt ein interessantes Spannungsfeld in sich. Meine These ist, dass die reale Welt, die hinter der Verfilmung einer fabelhaften Erzählung steht, vor unserem Alltagsleben verborgen ist und dies auch während der Rezeption des Filmes zum Teil bleibt.

⁴⁹ Definition von „Straßenkinder“ laut UNICEF: „*Straßenkinder* ist ein Sammelbegriff für Kinder und Jugendliche in ganz unterschiedlichen Lebenssituationen. Die meisten Straßenkinder arbeiten tagsüber auf der Straße, wohnen aber zu Hause bei ihren Eltern. Ein geringer Teil hat keinen oder nur sporadischen Kontakt zu den Eltern oder Verwandten. Sie sind obdachlos und schlafen in Parks, unter Brücken oder in Hauseingängen. UNICEF unterscheidet deshalb zwischen *Kindern auf der Straße* und *Kindern der Straße*. Beide Gruppen sind jedoch nicht eindeutig voneinander abgrenzbar.“ (http://www.unicef.de/download/i_0076_strassenkinder.pdf, S. 2 (letzter Zugriff: 10.10.2006))

2.1.1 Víctor Gaviria⁵⁰

Gaviria, geboren 1955 in Medellín, interessiert sich sehr früh für Film, Literatur und Poesie. Laut eigenen Angaben schließt er sich als Schulfuge einer Literaturgruppe an und schreibt Gedichte. Während er an der örtlichen Universität (*Universidad de Antioquia*) Psychologie studiert, besucht er Literaturvorlesungen und verfasst weiter Gedichte über das alltägliche Leben, welche 1978 den ‚Nationalen Gedichte Preis‘ erhalten. Im gleichen Jahr entsteht der Kurzfilm *Buscando Treboles*. Die folgenden zwei Super-8-Kurzfilme, *El vagón rojo* und *La lupa del fin del mundo*, basieren auf Gesprächen mit Schulkindern. Gaviria ist von der Spontaneität, Natürlichkeit und Lockerheit der Kinder beeindruckt und entdeckt sein Interesse an der Arbeit mit Laiendarstellern. 1979 wird das Drehbuch zum mittellangen Film *Habitantes de la noche* (gedreht 1983, uraufgeführt 1985) ausgezeichnet.⁵¹ Definitiv dem Medium Film zugewandt, lernt er nun in Workshops Kameraführung bei Michael Ballhaus und Regie bei José Luis Barau, da diese kurzfristig in Medellín lehren. Außerdem ist er im Goethe-Institut jahrelang Mitglied des *cineclub*, welcher sich besonders mit dem *Neuen Deutschen Kino* sowie mit (Autoren-)Filmen von Werner Herzog, Rainer Werner Fassbinder und Wim Wenders befasst. Der Einfluss des Autorenfilms zeichnet sich früh in seinen Werken ab. In seinen zahlreichen frühen Kurzfilmen sind Alltagsthemen und das Spiel mit wechselnden Rhythmen wichtige und beständige Motive.

Gavirias erster langer Spielfilm *Rodrigo D. No Futuro* (*Rodrigo D. No future*, 1988) ist zugleich der erste Teil seiner Medellín-Trilogie. Chronotopos ist Kolumbiens Medellín in den 1980er Jahren. Der Plot besteht aus einer Reihe unzusammenhängender Episoden um das kurze Leben des jugendlichen Rodrigo und seiner kriminellen Freunde. Rodrigo träumt davon, eine Punkband zu gründen, es gelingt ihm aber nicht, sich das dazu notwendige Schlagzeug zu besorgen. Er vertreibt sich seine Zeit mit Drogen und rutscht immer weiter ab. Der Film kulminiert in seinem Selbstmord. Der episodische Charakter des Films spiegelt die fehlende Struktur im Leben der dargestellten Jugendlichen wider. *Rodrigo D.* hat stark dokumentarisch geprägte Züge in Material und Kameraführung, in seiner Ästhetik ist der Film rau. Der Titel, eine Hommage an Vittorio De Sicas *Umberto D.* (1952), weist ebenfalls auf den entscheidenden Einfluss des italienischen Neorealismus hin. Die in *Rodrigo D.* verwendete Arbeitsweise bleibt in der gesamten Trilogie gleich: Gaviria recherchiert ungewöhnlich ausführlich vor einer Produktion. Er führt unzählige Interviews mit Bewohnern der darzustellenden Viertel und castet in einem langen Prozess Laiendarsteller, welche Charaktere ihrer eigenen Schicht spielen. Gedreht wird ausschließlich an Originalschauplätzen. *Rodrigo D.* wird in Cannes 1990 für eine goldene Palme nominiert, genauso wie acht Jahre später sein zweiter Spielfilm und gleichzeitig zweiter Teil der Trilogie, *Die Rosenverkäuferin*.

Gavirias neuester Film und letzter Teil der Trilogie, *sumas y restas* (*Addictions and Subtractions*, 2004) ist eine Fortsetzung der Darstellung von sinnloser Gewalt sowie den Folgen von Drogenkonsum und Drogenhandel. Gaviria macht mit diesem Werk das erste

⁵⁰ Die folgenden Ausführungen basieren auf der Artikelsammlung *Imagen y subalternidad. El cine de Víctor Gaviria* (Duno-Gottberg 2003), auf Interviews von Víctor Gaviria, unter anderem mit der Verfasserin am 19.02.2005 und in der kolumbianischen Zeitschrift *Revista Numero 1* (www.revistanumero.com/18victor.htm) sowie Angaben des Filmemachers auf seiner Presse-CD-ROM zu *Sumas y Restas* und der International Movie Database (www.imdb.com).

⁵¹ Die Preise werden erwähnt, da sie laut eigenen Angaben (unter anderem im Interview vom 19.02.2005) entscheidend für seine Arbeit sind. Gaviria finanziert seine frühen Projekte, wie auch seinen ersten Spielfilm *Rodrigo D. No Futuro* (*Rodrigo D. No future* 1988), größtenteils durch Preisgelder vorhergehender Werke und private Investitionen.

Mal einen konkret für ein internationales Publikum konzipierten Film. Der Regisseur geht über von Jugendlichen zu Erwachsenen, vom Drogenkonsum Einzelner zum großangelegten Kokainhandel, von den schäbigen Vorstädten zu den Villenvierteln, von (g)rauer Ästhetik und dumpfen Farben zu Hochglanz und von Mono zu Dolby Digital. Der Film zeigt, wie Gaviria in den letzten 20 Jahren nicht nur seine Arbeitsweise, seine Themen und Motive verfestigt hat, sondern auch das Handwerk des Filmemachens erlernt hat. Bis 2006 hat Víctor Gaviria drei Spielfilme, zahlreiche Videos, Dokumentar-, Kurz- und Halbkurzfilme sowie neun Bücher, zwei Erzählungen, etliche Artikel und Interviews veröffentlicht.⁵²

2.1.2 Gavirias Projekt: Realismus, Dokumentation und Fiktion⁵³

Gavirias Projekt ist nach eigenen Aussagen sehr interessiert an der Arbeit mit Realismus. Er hat sich ausführlich mit der Diskussion um Realismus beschäftigt und stets den Einfluss des Neorealismus in seinen Werken betont. Das Realistische als das Alltägliche fasziniert ihn: *De pronto lo poético para mí es muy documental*.⁵⁴ Er optiert nicht für einen Realismus, der exakt die Realität darstellt, sondern für einen, der die Realität, d.h. die Wirklichkeit der Individuen, erfahrbar macht (siehe dazu 1.2.1). Gaviria steht in der Kinotradition der Thematisierung von Marginalität, die in Lateinamerika seit den Anfängen des Kinos – mit ‚Negro‘ Ferreira in Argentinien in den 20ern, Luis Buñuel in Mexiko in den 50ern, Pereiro dos Santos in Brasilien und vielen weiteren Beispielen bis heute – vorhanden ist. In der Tradition des politischen *Neuen Lateinamerikanischen Kinos* der 1960er und 1970er Jahre (siehe 1.2.2.2) steht er insofern, als er soziale Randgruppen und Dialoge wie im italienischen Neorealismus verwendet und Realitäten durch Fiktion in Szene setzt. Der Film *Die Rosenverkäuferin* kann in Bezug gesetzt werden zu Buñuels *Los Olvidados* (*Die Vergessenen* 1950) in seiner sozialkritischen Absicht und dem Thema der Straßenkinder. Gavirias’ Wirklichkeitsauszug und die Art und Weise, wie er seine Protagonisten vor die Kamera bringt, sind ihm eigen. Sein Produktionsmodus der ausführlichen Interviews mit den Gruppen, die er darstellen wird, die Verwendung von Laiendarstellern und dokumentarischen Techniken sind ebenfalls in diesem Zusammenhang zu sehen. Gaviria entwickelt seine Drehbücher mit langwierigen kinematografischen Prozessen mit seinen Laiendarstellern zusammen. Für *Die Rosenverkäuferin* sind 12 Monate intensive Präproduktion im Team und 14 Wochen Dreharbeiten notwendig. Eine seiner ‚Produktionsassistentinnen‘ und geplante Protagonistin ist Mónica, eine 14-jährige zweifache Mutter. Sie hat Gaviria während der Arbeiten zu einem Dokumentarfilm kennengelernt, führt Gaviria in die Szene der Straßenkinder ein und sucht mit ihm nach geeigneten Darstellern. Kurz vor Beginn der Dreharbeiten, im Januar 1996, wird Mónica ermordet und Leidy Tabares wird als neue Hauptdarstellerin gefunden. Das Filmteam führt zahlreiche Interviews, die auf Video aufgenommen werden und die den Stoff für den Plot um die Grundfabel liefern. Mit den im Laufe von einem Jahr gesammelten Episoden und Erlebnissen schreibt Gaviria die Rohfassung des Drehbuchs zusammen mit Carlos E. Henao und Diana Ospina. Resultat der Interviews mit den Menschen, an die sich die Figuren im Film anlehnen, ist unter anderem, dass in *Die Rosenverkäuferin* Episoden wiedergegeben sind, deren Sinnhaftigkeit Gaviria

⁵² Die komplette Aufstellung ist im Anhang zu finden.

⁵³ Die folgenden Ausführungen beziehen sich vornehmlich auf *Die Rosenverkäuferin* und nehmen die anderen beiden Teile der Trilogie nur ansatzweise mit auf. Sie basieren Duno-Gottberg 2003, Interviews von Víctor Gaviria und der Presse-CD-ROM zu *Sumas y Restas*.

⁵⁴ Gaviria in: www.editorialudea.com/revista/266.html, 12.11.2003, S. 3

selbst verborgen bleibt. Als Beispiel erzählt eines der Straßenkinder in einem Interview, dass es in durch Klebstoff hervorgerufenen Halluzinationen immer wieder Menschen als Stoffbären sieht. Ohne diesem Umstand eine Interpretation zu geben, wird diese Erzählung in Szene 29 aufgenommen und ihr 1 Minute 16 Sekunden gewidmet.⁵⁵ Während der Produktion arbeiten zwischen 40 und 70 Straßenkinder gegen Kost und Logis am Film mit. Die Flexibilität der Filmenden und des Drehbuchs ist entscheidend für die Produktion unter solchen Umständen. Hiermit sind gemeint das Drehen in gefährlichen und schwer zugänglichen Vierteln wie *La Iguana*, die Unzuverlässigkeit der Darsteller, die teilweise nicht oder unter Einfluss von Drogen erscheinen, und das low-budget-Drehen in nächtlichen Umgebungen.

Gavirias Kino ist politisch, in seinem Engagement jedoch anders als das Kino der 1960er und 1970er Jahre. Er thematisiert gesellschaftliche Probleme wie das *Neue Lateinamerikanische Kino*, nimmt aber nicht Teil an nationalen Projekten, Bewegungen oder Revolutionen oder entwirft neue Gesellschaftsentwürfe, wie das etwa bei Gutierrez Alea oder Cabrera der Fall ist. Er bietet keine Lösung für die in seinen Filmen aufgeworfenen Problematiken an, sondern versucht zunächst einmal Aufmerksamkeit für sie zu erregen und einen Gedankenaustausch zu eröffnen. Zustände werden dargestellt, ohne einfache Lösungen vorzugeben: So sind zum Beispiel staatliche oder paramilitärische Kräfte kein explizites Motiv in *Die Rosenverkäuferin*. Mit dem Versuch, Bewusstsein zu wecken, sind Gavirias Filme nicht offensichtlich revolutionär:

Desde una posición distinta a la que caracterizó al intelectual de los años 60 y 70, el proyecto de Gaviria es también esclarecer la conciencia y abrir un espacio para un pronunciamiento desde lo subalterno: 'Busco desenfocar las miradas, proponer otras y cambiar la relación que se tiene con personas que no existen como interlocutores. (Duno-Gottberg 2003: 8)

Filmmachen heißt für Gaviria ‚in einen Dialog treten‘. Dieser Dialog ist für ihn weniger ein Dialog mit dem Zuschauer als ein Austausch mit seiner Wirklichkeit und der seiner Stadt:

Hago cine como una experiencia de conocimiento de mi tiempo, de mi ciudad, de la gente con la que vivo, y porque me apasiona la realidad, aunque la realidad a veces se muestre violenta e incomprensible, y aunque sea – ante todo – ocultamiento, dice Gaviria. (Duno-Gottberg 2003: 10)

Wie experimentelle Filme aus revolutionären Zeiten riskiert Gaviria mit *Die Rosenverkäuferin*, vom Publikum nicht verstanden zu werden und dieses nicht an die Hand zu nehmen. Gaviria arbeitet im Dialog mit den Menschen, die er darstellen will, die systematisch zur Stummheit gezwungen werden. Seine Intention ist, nicht für sie zu sprechen, sondern mit ihnen und ihnen Macht über ihr eigenes Bild und ihre Selbstdarstellung zu geben. Als Regisseur ist Gaviria sich bewusst, dass er die Welt der marginalisierten Straßenkinder nur von außen kennt. Daher versucht er, als Mediator zu fungieren. Nicht Mitleid, sondern Verständnis und Erkenntnis sind Ziele seiner Filme. Er will von der Perspektive der Unterdrückten aus zeigen, nicht von einer Perspektive auf sie, Paternalismus vermeidend.

Die Originalität des Projektes von Gaviria liegt nach seinen Aussagen in zwei Konzepten, dem des Willens zum Realismus (*voluntad realista*) und dem des ethischen

⁵⁵ Szene 29: Claudia, in der Pension auf einem der Betten liegend und vom Klebstoff verwirrt, denkt, La Cachetona sei ein Teddybär. Claudia will ‚das Bärchen‘ mit nach Hause nehmen und mit ihm spielen. La Cachetona, durch Claudias Reden und Streicheln aufgeweckt, reagiert sehr gereizt, verhöhnt („¿Cuál casa?“ 1:10'13"05) und kritisiert sie für ihren Drogenkonsum.

Imperativs (*imperativo ético*).⁵⁶ Beide sind eng miteinander verbunden. Der ethische Imperativ versteht sich als Verpflichtung, unterrepräsentierte Menschen, so wie sie sind, zu zeigen und sie in das kulturelle Gedächtnis aufzunehmen:

Esto significa, además, aprender a ver a las personas con paciencia y permisividad, deteniendo el juicio momentáneo para entender el espacio humano en el que despliegan su vida. La mirada humana sobre una persona no es otra cosa que observarla en el tiempo. Esta ventaja del cine de ficción la deberíamos aprender todos nosotros. Ver a los demás en el tiempo, con su carga inevitable y su sorpresa, aunque su presente sea un problema oscuro sin solución. (Gaviria in: www.revistanumero.com/18victor.htm letzter Zugriff 11.11.2003, S. 5)

In dem Aussetzen des eigenen Bewertens (*deteniendo el juicio momentáneo*) liegt meines Erachtens nach – neben dem Verständnis der spezifischen Verwendung von Zeit und dem Akzeptieren des fragmentarischen Charakters seiner Werke – der Schlüssel zu einer erfolgreichen Filmrezeption und zu einem Filmverständnis von Gavirias Werken. Wie der Renaissance-Autor und -Philosoph Michel de Montaigne (1533-1592) in seinen bildhaft-anschaulichen Essays zu Aussagen kommt, die nicht moralisierend sind, sondern die moralische Bewertung dem Leser überlassen, liegt es an den Filmzuschauern, Gavirias Werke zu rezipieren, ohne zunächst zu urteilen, und dann erst selbst zu einer Wertung zu kommen.

Das zweite Konzept *voluntad realista* fokussiert Themen aus dem Alltagsleben von Jugendlichen. Es weist jeglichen Anspruch an Objektivität in seinem Vorhaben von sich und distanziert sich schon allein von der Möglichkeit von Objektivität. Getreu nach Novalis' (Friedrich Leopold Baron von Hardenberg, 1772-1801) Motto ‚je subjektiver, desto universaler‘ und seiner Einführung des Fragments als literarische Kunstform interessiert sich Gaviria für das Persönliche und Fragmentarische, Unbeachtete und Unerklärbare. Er will nicht nur die unterschiedlichen Standpunkte seiner einzelnen Darsteller zeigen, sondern auch ihre mannigfachen Gesinnungen im Zeitverlauf reproduzieren. Gaviria hat kein ‚unschuldiges‘ Vertrauen in eine Mimesis, die Realität abbilden soll. Daher wählt er – wie viele andere – den Weg der Fiktion, um die Realität als Wirklichkeit erfahrbar zu machen.

[La voluntad realista] se entiende más bien a partir de una ética de la representación, que impone el compromiso de llevar a la pantalla experiencias que resultan a veces incomprensibles, violentas y esquivas; pero, sobre todo, experiencias que forman parte de la vida de sujetos marginados, cuyas voces tienden a ser objeto de apropiación por parte de discursos hegemónicos (liberales o de izquierda), cuando no acalladas totalmente. (Duno-Gottberg 2003:10)

Werken über soziale Randgruppen wird häufig vorgeworfen, dass sie zwar die Unterdrückenden kritisieren, dabei jedoch den Diskurs dieser Gruppen verwenden und nicht den der Unterdrückten, womit ihre Kritik an sich auf unsicheren Beinen steht. Gaviria versucht, diesem Dilemma zwischen eigener Herkunft, Bildung und dem Unterschied zum Sujet seiner Filme dadurch zu entgehen, dass alle am Prozess beteiligt werden. Kritiker haben Gavirias Filme als *pornomiseria*⁵⁷ eingeordnet. Mit Bruzual 2003, Carrero 1999 und Jáuregi/Suárez 2002 lässt sich nachweisen, dass *Die Rosenverkäuferin* keine *pornomiseria* ist. In seinem Artikel *El espectador asesinado. La incomunicación como estrategia discursiva* setzt Alejandro Bruzual Gavirias Diskurs ab gegenüber Filmen, welche das dargestellte Elend an Meistbietende verkauft.

⁵⁶ Gaviria in Duno-Gottberg 2003: 10.

⁵⁷ Als Pornomiseria werden solche Werke benannt, die Elend aus Lust am Spektakel darstellen und weil die Thematisierung des so dargestellten Elends sich verkaufen lässt.

Gaviria, así, habla con y desde ellos: He tratado de dialogar con ese mundo. De este modo, la realización se asume como una vía de representación directa, sin voluntad pedagógica, doctrinaria ni mesiánica, pero sí política, apartándose del regocijo estético o morboso de la pobreza (que vemos en el postmodernismo trasnochado del Orfeo, de Diegues, o en el catálogo de horror de la pornomiseria de Huelepega, de Schneider). (Bruzual 2003: 65)

Andere Kritiker wie Marlon Carrero Ramírez ordnen *pornomiseria* in die 1970er Jahre ein und gehen davon aus, dass (dokumentarisches) Kino sich in eine andere Richtung entwickelt hat.⁵⁸ Allerdings werden Filme wie *La Virgen de los Sicarios* (*Die Madonna der Auftragskiller*, Barbet Schroeder, Kolumbien/Frankreich 2002) weiterhin in dieses Subgenre eingeordnet und es kann daher nicht von einem Verschwinden gesprochen werden. Carlos A. Jáuregui und Juana Suárez gehen einen Schritt weiter und schreiben:

Queremos sugerir que lo que se ha llamado 'pornomiseria' en el cine de Gaviria corresponde al desasosiego que produce en el espectador el hecho de que el rostro que encontramos en estas películas no es imagen pura en la evanescencia del completo simulacro. Entre la mirada del espectador y la mirada de los personajes está, por supuesto, la mirada mediadora de la cámara; se trata de un encuentro mediatizado. Pero la imagen de Otro no es simulacro puro (es decir, no es un dispositivo para la indiferencia). El trabajo con actores naturales insiste en la "realidad", y en la exterioridad del acto de representación. En medio de las incertidumbres y de la evanescencia de los relatos de liberación, esta terca persistencia posibilita un "estado de vigilante insomnio" en el cual son posibles la ética y los derechos humanos, más allá del paternalismo redentor y más acá de la otredad. (Jáuregui/ Suárez 2002: 389)

Gavirias Filme kreieren einen Raum, in dem Menschenrechte und Ethik beachtet würden, so ihre Aussage. Auch sie sehen die Problematik des Mediators und des Realismus, lösen sie jedoch positiv. Julio Luzardo, kolumbianischer Kritiker und Regisseur, hingegen schreibt, *Die Rosenverkäuferin* führe den Zuschauer ohne moralische Werte in die Kloake der kolumbianischen Gesellschaft.⁵⁹ Entsprechend verurteilt er seinen wenig führenden Diskurs. Meiner These entsprechend liegt gerade in der Eigenarbeit, die der Zuschauer leisten muss, um den Film annehmen zu können, der Schlüssel für eine Filmwirkung, welche über das übliche Maß leichter Unterhaltung hinausgeht.

Der Anspruch, den Gaviria an sich stellt, ist schwierig und kritisch zu betrachten. Auf der einen Seite gibt er Unterprivilegierten die Möglichkeit, sich zu äußern. Er sammelt ihre Geschichten und Episoden und fügt sie zu einem Film zusammen, so werden sie öffentlich gemacht. Gaviria hat in Interviews oft das Bild verwendet, den Jugendlichen einen Raum zu überlassen, die sonst nur aus Räumen vertrieben werden, beziehungsweise das Bild einer nicht auf den Landkarten verzeichneten Realität Kolumbiens. In diesem Raum können sie ihre Spuren hinterlassen und so eine Idee ihrer Realität geben. Gavirias Intention ist, etwas von ihnen und ihren oftmals viel zu kurzen Leben zu erhalten.⁶⁰ Gaviria thematisiert die Sichtbarkeit und die Unsichtbarkeit von Individuen in filmischer Repräsentation. Er fragt sich in der Zusammenarbeit mit Straßenkindern, was von Menschen bleiben kann, deren Leben am Rand der Gesellschaft stattfindet, beziehungsweise welche Spuren sie hinterlassen (er nennt dies *la huella de lo real*) und gibt seine Werke als mögliche Antwort. Zum

⁵⁸ "La aproximación que la porno miseria hace de la realidad nos asusta, nos muestra un submundo espeluznante y en desgracia. Para caer en la porno miseria es necesario tener ganas de vender el horror ajeno, de señalar al pobre con el dedo y recluirlo en la diferencia. [La Vendedora de Rosas] la matará en el acto." (Carrero Ramírez, Marlon, "La Vendedora de Rosas", in: *La Tarde*, 4.01.1999: 5 (Sonntagsbeilage))

⁵⁹ Luzardo, Julio, „La Vendedora de Rosas, Largometraje colombiano ¿Pornomiseria?\" *Enrodaje* http://www.enrodaje.cinecolombiano.com/4vendedora_de_rosas.htm, 20.01.2004, S. 1.

⁶⁰ Siehe dazu die Widmung von *Rodrigo D: No futuro* „Esta película esta dedicada a la memoria de [Liste der gestorbenen Darsteller] actores que sucumbieron sin cumplir los veinte años a la absurda violencia de Medellín, para que sus imagenes vivan por lo menos el término normal de una persona\" (1:30'01).

Spannungsverhältnis zwischen Fiktion (seine Filme) und Dokumentation (der Leben der Straßenkinder) und seinem Verständnis der Fiktion sagt Gaviria, dass er versucht, zunächst seine Darsteller als Persönlichkeiten ohne Vorurteile im Zeitverlauf auf menschlicher Ebene kennenzulernen. Sein Verständnis von ihren Charakteren und Leben stellt er dann durch Fiktion dar:

La ficción no está, como el periodismo, detrás de los hechos. La ficción nos pone delante, primero que todo, a los personajes: Leidy, Marta, Mónica, Andrea... Su singularidad y su particularísimo punto de vista. La ficción quiere saber lo que ellos piensan cuando hacen lo que hacen, lo que piensan y lo que sienten los personajes cuando están en escena. (www.revistanumero.com/18victor.htm, letzter Zugriff 11.11.2003, S. 4f.) und

Esta intención coincide con lo que se han propuesto algunos historiadores contemporáneos cuando acuden al concepto de la historia como «historia de las mentalidades». Las conductas y las costumbres tienen de fondo algo que las sostiene y las explica: las «mentalidades», ideas intangibles que se propagan produciendo los hechos. (www.revistanumero.com/18victor.htm, letzter Zugriff 11.11.2003, S. 5)

Seine Bestimmung von Fiktion weicht erheblich ab von einem konventionellen Verständnis. Er distanziert sich durch seine Haltung gegenüber seinem Sujet vom Avantgarde- und Hollywoodkino. Gavirias Projekt ist ungewöhnlich, interessant und erfüllt die Kriterien für Regiefilme.

2.1.3 Medellín: Ein Auszug aus der Wirklichkeit⁶¹

Gaviria interessiert sich für die städtische Dynamik von Medellín, welche in den 1980ern grundsätzlich transformiert wird. *Die Rosenverkäuferin* fokussiert eine Seite der Gesellschaft, die von großen Teilen nicht gesehen wird, und zeigt die Folgen von Drogenkartellen, dem Aufeinanderprallen von Arm und Reich, Werteverstärkungen und einer hohen Gewaltbereitschaft an den Kleinsten. Zum Hintergrund der Ursachen der Steigerung der Gewaltbereitschaft in der kolumbianischen Gesellschaft ist die sogenannte *La Violencia*, die 1948 beginnt und in den 1950er Jahren Regierungsumstürze mit sich bringt, heranzuziehen. In den 1960er und 1970er Jahren kommen vermehrte Guerillabewegungen hinzu. Die regionalen Konflikte verursachen eine Landflucht. Große Mengen einfacher Bauern versuchen, sich in der Stadt ein Leben aufzubauen. Sie besetzen Grundstücke am Rande von Städten (*barrios de invasión*), im Fall von Medellín und Bogotá an den Hängen und in gefährlichen Stadtzonen am Wasser, die beständig von Überschwemmungen bedroht sind. Ab Mitte der 1980er Jahre boomen die kolumbianischen Drogenkartelle, welche vorwiegend in Cali (der zweitgrößten Stadt Kolumbiens) und Medellín (der drittgrößten Stadt) ihr Zentrum haben und circa 80 % der Weltproduktion und des Schmuggels von Kokain in die USA kontrollieren. Medellín gerät in einen Ausnahmezustand. Auf lokaler Ebene setzen die Kartelle den Regierungsapparat außer Kraft oder ersetzen ihn. Die Familienstrukturen werden teilweise durch die Kartelle ersetzt oder zerstört. Durch ihren enormen Reichtum und eine Welle breitangelegten Terrors auf nationaler Ebene erreichen die Kartelle so großen Einfluss, dass sogar Gesetzgebungen (besonders die Gesetze über Auslieferung von Drogenhändlern an die USA) nach ihren Vorgaben verändert werden. Die Drogenbosse haben MinisterInnen und Parlamentsmitglieder auf ihrer Lohnliste. PolitikerInnen, die sich nicht beeinflussen lassen wollen, sehen ihre gesamte Familie in Gefahr. In dieser Zeit

⁶¹ Die folgenden Ausführungen basieren auf Diehl/Helfrich-Bernal (Hg.) 2001, Crandall 2002, Livingstone 2003 und Sánchez 1987.

entstehen die ersten *sicario*⁶²-Gruppen. Vor allem in den Einwanderungsvierteln wird das alltägliche Leben willkürlich und der Respekt vor dem Leben Einzelner geringer: Die Menschen gewöhnen sich an täglichen Terror und Bandenkriege ebenso wie an das schnelle Geld: In Armenvierteln entstehen plötzlich Villen, und Limousinen sind auf nicht asphaltierten Straßen geparkt. *Sicarios* kaufen reihenweise Haushaltsgeräte (Kühlschränke, Waschmaschinen, Küchenherde) für ihre Mütter und lassen weiblichen Heiligenfiguren Altare und Kirchen bauen. Positive soziale Veränderungen in diesen Vierteln durch die Kartelle sind Schulen- und Straßenbau, das Anlegen von Sportplätzen und Gemeindezentren. Insbesondere der Einfluss von Pablo Escobar Gaviria (1949-1993)⁶³, Chef der einflussreichsten Drogengruppe Medellín, reicht weit in die Wirtschaft, Verwaltung und Rechtsprechung des kolumbianischen Staates.⁶⁴

Ab Mitte der 1990er Jahre zerfallen die Kartelle, Pablo Escobar wird 1993 in Medellín von der Polizei erschossen. Sein Tod lässt ganze Stadtviertel arbeitslos werden. Zudem verschlechtert sich in den 1990ern die allgemeine sozioökonomische Lage Kolumbiens drastisch. Der bewaffnete Konflikt zwischen Militär-, Paramilitär- und Guerilla-Gruppen spitzt sich bis Anfang 2002 zu, als der jahrzehntealte Bürgerkrieg offen ausbricht. Die Landflucht hält an und erhöht die Armut, die Arbeitslosigkeit und die Kriminalität in den Städten. Die Konsequenz ist laut DANE⁶⁵, dass in 2002 von den circa 17 Millionen Minderjährigen Kolumbiens (41,5 % der Bevölkerung) circa 6,5 Millionen in Armut und circa 1,1 Millionen in Elend leben.

Der Plot von *Die Rosenverkäuferin* ist vor diesem Hintergrund mitten aus dem Leben gegriffen. Das Schicksal der jugendlichen Darsteller aus *Die Rosenverkäuferin*, *Rodrigo D.* und *Sumas y Restas* entspricht den genannten Statistiken. Viele Laiendarsteller sind in der Zwischenzeit gestorben, manche vor der Erstaufführung der Filme, andere sind im Gefängnis oder verdienen ihren Lebensunterhalt durch Kleinkriminalität oder Prostitution. Die Widmung zu *Rodrigo D.* im Abspann des Films nennt die Darsteller, welche vor der Premiere verstorben sind (1:30'01). Bei *Die Rosenverkäuferin* verhält es sich ähnlich: Leidy Tabares (die Protagonistin Mónica) wird im Oktober 2003 zu 26 Jahren Haft verurteilt. Die damals 20-jährige und zweifache Mutter hatte am 26. August 2002 mit ihrem Partner einen Taxifahrer überfallen, ermordet und sein Taxi gestohlen (*El Tiempo* (Sektion Medellín) 9. Oktober 2003). Marta Correa (Judi) ist wie in ihrer Rolle eine Prostituierte, allerdings in Cali. Andersons Darsteller (Elkin Vargas) stirbt vor der Premiere und hat den Film nicht in seiner endgültigen Fassung gesehen. Giovanni Quiroz (El Zarco) wird im Februar 2000 in einem Konflikt mit Drogenhändlern ermordet (ebd.).

⁶² Umgangssprachlicher Begriff für jugendliche Auftragsmörder, die vorwiegend zu zweit auf kleinen Motorrädern oder Mopeds agieren und deren Lebenserwartung aufgrund von Berufsrisiko, Gruppenstreitigkeiten und Rachefeldzügen untereinander unter 20 Jahren liegt. (Livingstone 2003)

⁶³ Für Informationen zu Pablo Escobar siehe Sergio Cabrerass Film, *Ciudadano Escobar* (2004) und Cañon, Luis, *Pablo Escobar: Leben und plötzlicher Tod des Kokainkönigs*, Berlin (Aufbau-Verlag) 1994, sowie Bowden, Mark, *Killing Pablo. Die Jagd auf Pablo Escobar, Kolumbiens Drogenbaron*, Berlin (Berliner Tb.) 2003.

⁶⁴ Sein Name wird in *Die Rosenverkäuferin* nur einmal erwähnt (1:42'42), aber seine Präsenz ist latent im Film zu finden.

⁶⁵ Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, www.dane.gov.co).

2.1.4 Märchen und Realismus: Hypertext versus Hypotext

In der Anknüpfung an die Erzählung von Hans Christian Andersen *Das Mädchen mit den Schwefelhölzern* stellt Gaviria sich in eine jahrhundertealte Erzähltradition, die sich kulturellen Bedeutungen und westlichen Symboliken bedient. Er kombiniert somit realistisches Erzählen mit dem allegorischen und fantastischen Diskurs, der auf dem Genre eines Märchens basiert. Der Film bleibt als Adaption seiner Vorlage treu. Er übersetzt die Vorlage in eine Metropole des 20. Jahrhunderts und belässt den Plot im Wesentlichen. Mädchen, welche als Straßenverkäuferinnen tätig sind – die Streichhölzer werden durch Rosen ersetzt –, sind an einem besonderen Abend – Silvester versus Weihnachten – auf sich allein gestellt und können nicht nach Hause gehen, weil Gewalt von männlichen Familienmitgliedern droht. Statt des Feuers zum Wärmen hat die Rosenverkäuferin den Klebstoff, statt der winterlichen Kälte als Feind die Gewalt (*la violencia*), das Unglück und einen unglücklichen Zufall.⁶⁶ Die Mädchen tragen die viel zu großen Schuhe ihrer (Groß-)Mütter, die sie verlieren, so wie sie in der Stadt verloren sind. Beide haben Halluzinationen, sehen eine feiernde Familie, einen Himmel voller Sterne und einen fallenden Stern. Die Rosenverkäuferin sieht statt realer Sterne das festliche Feuerwerk. In einer großen Anstrengung halten sie an ihren Sehnsüchten und Visionen von besseren Zeiten fest. Im nächtlichen Finale sehen sich beide im Licht mit ihren Großmüttern, Stellvertreterinnen von Liebe, Geborgenheit und Heimat, vereint. Am nächsten Morgen werden sie von Fremden tot aufgefunden.

<i>Das kleine Mädchen mit den Schwefelhölzern</i>	<i>Die Rosenverkäuferin</i>
namenlose (Groß-)Stadt, 31. Dezember - 1. Januar	Medellín, 23. - 25. Dezember
Streichhölzer	Rosen
Feuer	Klebstoff/Drogen
Kälte	Gewalt
Schuhe der Mutter	Schuhe der Großmutter
Halluzinationen durch Kälte und Hunger	Halluzinationen durch Drogen und Hunger
Sternenhimmel	Feuerwerk
Tod in der Nacht und Auffinden durch Fremde	Tod in der Nacht und Auffinden durch Fremde

Tabelle 1: Schema zum Vergleich von Hypertext und Text. Quelle: eigene Darstellung

Die Übersetzung ist gelungen, muss das Original doch nicht gekannt werden, um in *Die Rosenverkäuferin* Sinn finden zu können. Das Original gibt dem Film seine Metastruktur und vereint die einzelnen Episoden. Die Adaption wird zu einer eigenen Geschichte, welche über die Vorlage hinausgeht und von den Problemen der Straßenkinder in Medellín handelt.⁶⁷

⁶⁶ "Otro de esos mensajes implícitos que da la película es el encontrar la muerte por el azar, por los malentendidos. Es lo que Víctor llama 'orfandad del lenguaje' y está presente en la vida real de sus personajes." (Gloria Castrillón P. 'Uno tiene que arraigarse' in: *Vanguardia Liberal* (Séptimo Día) 30.08.1998: 3)

⁶⁷ "The translation to the reality of Medellín is complete, with streetwise girls selling roses behind the backs of the security guards in the discos of the *Carrera 70* and *La Bolera* district, drug-hawking and street-stabbings for money or for revenge, sexual rivalries and infidelities between the homeless adolescents, the ephemeral visions induced by constant glue-sniffing, the harassment of shanty-town dwelling under permanent threat of demolition by the authorities, and the break-up of families through (male) unemployment and high rates of homicide." (Kantarís 2001: 5)

2.1.5 Ein Versuch des Vergleichs: Die Rezeption in der Filmkritik

Die Aufnahme des Films in der Kritik ist sehr gemischt. Die eine Seite ist stolz auf den neuen kolumbianischen Film und seine Nominierung für eine goldene Palme in Cannes⁶⁸, die andere Seite sieht ihr Land in einer inakzeptablen Art repräsentiert, die Europa ein falsches Bild von Kolumbien gibt. Auffallend ist, dass der Film mit den verschiedensten anderen Filmen verglichen wird, vor allem in den positiven Kritiken. Diese sehen in *Die Rosenverkäuferin* eine gerechtfertigte Sozialkritik⁶⁹ und vergleichen den Film mit *Pixote. A Lei do Mais Fraco* (Hector Babenco, Brasilien 1981) und *Salaam Bombay* (Mira Nair, Indien 1988), die ebenfalls Laiendarsteller und ähnliche Themen verwenden.⁷⁰ Auch *Trainspotting* (Dany Boyle, Großbritannien 1996) und *Pulp Fiction* (Quentin Tarantino, USA 1994) werden in Bezug auf Realismus, Stil und Episodenhaftigkeit in Zusammenhang gesetzt:

A la manera de cintas recientes como Trainspotting o Pulp Fiction, La Vendedora nos muestra, sin maquillaje, la crudeza y porquería de la realidad social, pero a la vez resalta la belleza humana en medio de tanta basura... Sin ser una película de protesta o de denuncia en el sentido clásico, ni tampoco caer en la apología del paternalismo y la caridad con la estupidez de que los pobres son felices siendo pobres, sí registra una situación social existente. (Daniel García-Pena Jaramillo, 'Vendedora de Rosas' in: *Cambio* 2.11.1998: 96)

KritikerInnen loben *Die Rosenverkäuferin* als ausgeprägt lokalen Film mit universalem Inhalt, betonen die Poetik im Film und setzen den Film in Bezug mit Werken von Glauber Rocha, Tomás Gutiérrez Alea und Adolfo Aristarain. Meine These dazu ist, dass die unterschiedlichen Vergleiche ein Indiz für die Originalität und das Ungewöhnliche in Gavirias Film sind. Den Kritikern fällt eine klare Einordnung des Filmes in ein bestimmtes Genre, eine Tradition oder einen visuellen Stil schwer.

Die Realismuskritik setzt sich in den Kritiken fort. In Cannes wird der Film stark im Kontext des Neorealismus gesehen und löst dort große Betroffenheit unter den Cinephilen aus. Besonders die kolumbianische Mittelschicht ist bestürzt, in welches Licht der Film die kolumbianische Gesellschaft stellt, und negative Kritiken werfen Gaviria vor, nicht realistisch und sehr einseitig beleuchtet zu haben. Gaviria verzerre die Tatsachen, anstatt sie darzustellen. Sie sehen die im Film dargestellte Realität als lückenhaft und ungenügend an, wobei übersehen wird, dass nur eine der vielen Seiten von Medellín gezeigt wird. Wie in

⁶⁸ "Para nosotros es un orgullo suficiente saber que una película realizada en su totalidad por Colombia ... sea la que nos represente allí [en Cannes]." (Santiago Andrés Gómez in: *Kinetoscopio* Nr. 44, August 1998: 19)

⁶⁹ "Leidy Tabares impactó a los europeos como símbolo colombiano de exportación de lo que por siglos, nuestra clase dirigente produce mejor: injusticia social. ... La historia de Gaviria, no más nos induce a llorar, como recordatorio de una realidad que nos sucede, sin esperanza a la vuelta de la esquina." (Rafael H. Salamanca R in: *El Tiempo* (Llano 7 días), 15.12.1998/ Opinión)

⁷⁰ Elizabeth Mora-Mass, 'La Vendedora de Rosas abrió en el Festival de D.H.', in: *El Colombiano* (Medellín) 19.05.1999: 22.

Der Vergleich mit *Pixote* ist auf vielen Ebenen gerechtfertigt: *Pixote* basiert auf über 200 Interviews mit Kindern und Jugendlichen. Er verwendet Methoden des Realismus und versichert in Prolog und Epilog dem Zuschauer die Authentizität seiner Darstellung. Die Minderjährigen im Film sind Laiendarsteller, die in sieben Monate langen Workshops auf das Filmen vorbereitet wurden, und nur die Erwachsenen sind professionelle Schauspieler, um nach regiefilmischen Prinzipien den Zuschauer nicht durch bekannte Gesichter und Rollen von der Intention des Filmes abzulenken. Im Prozess des Filmens konnten die Laiendarsteller sich, ihre Sprache und ihre Ideen einbringen, und so wurden über 40 % des Drehbuchs mit Anregungen der Jugendlichen verändert. *Pixote* gibt keinen Lösungsansatz für dargestellte soziale Probleme und Armut. Seine Protagonisten suchen sich eine temporäre Ersatzfamilie, die jedoch durch fehlende Rollenmodelle scheitern muss und die Jugendlichen in steigende Kriminalität führt. Die Laiendarsteller konnten sich außerhalb des Films nicht in den Medien etablieren und gingen zurück in ihr altes Leben. Fernando Ramos da Silva, der den *Pixote* spielt, wird sieben Jahre nach Drehschluss von der brasilianischen Polizei erschossen. (Vgl. Shaw 2003: 142-179)

2.1.1.1 erwähnt, reicht das Spektrum der Kritiken von einem Film ohne moralische Werte (*pornomiseria*) bis zu dem anderen Extrem, einem humanen und ethischen Werk.⁷¹

2.1.6 Die Kehrseite der Medaille⁷²: Filmanalyse

Thema des Films sind die Sichtbarkeit einzelner Individuen am Rande der Gesellschaft und die Grenzen der Erfahrbarkeit der Realität des Anderen. Das Thema wird entwickelt über die Darstellung der Welt der gesellschaftlich benachteiligten Straßenkinder im Medellín Ende der 1980er Jahre. Bei der Untersuchung der Thematik des Films lassen sich unterschiedliche Motive feststellen: Sehnsucht, Drogen, Halluzinationen, Gewalt (Wort/Tat), Familie/Verwaisung, Uhren (Zeit), Schuhe und Zwischenräume wie der Fluss als Schwelle. Zur Filmanalyse werden folgende Thesen vertreten:

(1) Der Film ist ein politischer Film, aber kein Agitationsfilm und keine *pornomiseria* (siehe dazu 2.1.2 und 2.1.5). Er grenzt sich von Avantgarde- oder Hollywoodfilmen ebenso ab wie von Unterhaltungsfilmen.

(2) Gaviria macht in seinem Film eine Welt erfahrbar, welche die film- und fernsehschauenden Mittelschichten der Welt verdrängen, die stattdessen lieber die Drogenfilme ‚von oben‘ (*Blow*, Tedd Demme, USA 2001, oder *Traffic: Die Macht des Kartells*, Steven Soderbergh, USA/D 2000) konsumieren. Der Film ist ein ungewöhnliches Projekt, das durch die Verwendung spezifischer filmtechnischer Mittel und Verfahren (siehe auch 2.1.2) diese verdrängte Welt erfahrbar macht. Der Film ist entfremdet für diejenigen, die fertige Bilder wollen.

(3) Die Absicht des Films ist es, mehr Wissen über die andere Seite von Medellín zu vermitteln, Probleme von anderen Gesichtspunkten zu betrachten, um Vorurteile neu zu evaluieren (siehe 2.1.2). Die Globalität vom Inhalt des Filmes wird vermittelt durch die lokale Problematik der Straßenkinder.

(4) Der Plot des Films ist ‚mitten aus dem Leben‘ (siehe ebenfalls 2.1.3).

(5) Der Film jongliert mit dem Gegensatzpaar Innen- und Außenraum und hybridisiert es.

(6) Sehnsüchte der Kinder werden als Rückschritt dargestellt: als Rückschritt in der Zeit mit der Sehnsucht nach familiärer Liebe und Geborgenheit und als tatsächlicher Schritt zurück, weil sich die Kinder in Halluzinationen des Klebstoffes flüchten und sich damit selbst zerstören.

(7) Die Off-Dialoge und die Musik geben häufig die entscheidenden Informationen im Film, nicht die diegetischen Dialoge. Der Film wirkt durch starke visuelle Elemente in Kombination mit den musikalischen Elementen.

(8) Der Film entsteht trotz der Widerstände der globalen Filmindustrie gegen kleine, unabhängige und gegenstromartige Produktionen. Er ist gemacht für ein neugieriges und aufgeschlossenes Publikum, welches sich darauf einlässt, seine Sehgewohnheiten durchbrechen zu lassen. *Die Rosenverkäuferin* ist ein filmischer Anti-Bildungsroman.

⁷¹ Unter anderem bestätigt Juan Carlos Tabío dies bei der Preisverleihung auf dem kubanischen Filmfestival am 11.12.1998: „*La Vendedora de Rosas* es una producción comprometida con lo más humano y la problemática social de los países del Tercer Mundo.“

⁷² Medellín wird von seinen Einwohnern auch die goldene Medaille oder *medallo* genannt.

Die Figurenkonstellation besteht aus drei Gruppen von jungen Menschen, Jugendlichen und Kindern, die durch die Protagonistin Mónica und durch das über allem stehende urbane Zentrum Medellín miteinander verbunden werden. Es sind Mónicas Freundinnen, die ebenfalls Rosen verkaufen, ihre männlichen Freunde von der 70. Straße (*La Carrera 70*) und die kriminelle Bande.

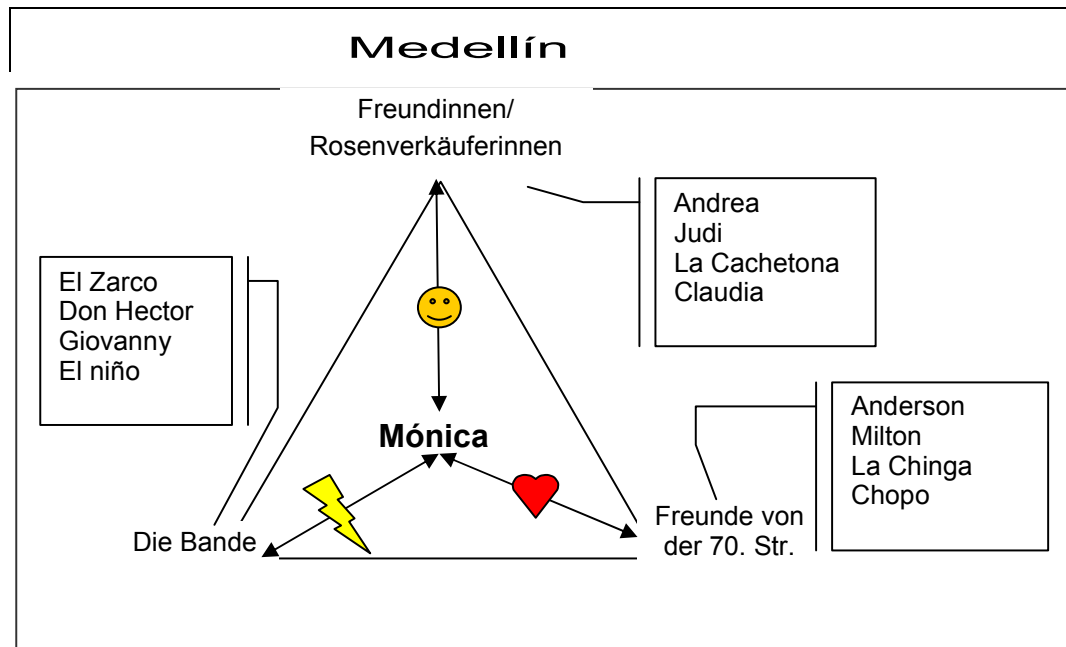


Abbildung 3: Die Figurenkonstellation um Mónica

Die Abbildung schematisiert die prinzipiellen Figurengruppen und ihre Beziehung untereinander. Mónica steht als Protagonistin im Zentrum der Konstellation und verbindet die Figuren. Sie ist die Rosenverkäuferin. Seit dem Tod ihrer Großmutter hat sie sich auf der Straße ein eigenes soziales Netz geschaffen, welches aus ihren Freundinnen, vor allem Andrea und Judi, sowie ihren männlichen Freunden, vor allem ihrem Freund Anderson, besteht. Trotz des harten und willkürlichen Lebens auf der Straße sind Mónica einige Werte geblieben. Sie agiert ihrer ‚Wahlfamilie‘ gegenüber verantwortlich und beschützend. Die dritte Gruppe bedroht Mónica durch Kriminalität.

Die Freundinnen leben durch Rosenverkauf, Betteln und Kleinkriminalität wie das Stehlen an Ampeln. Andrea ist mit zehn Jahren die Jüngste der Gruppe und zeigt mögliche Gründe auf, warum Kinder es teilweise vorziehen, auf der Straße zu leben (These 4). Durch ihre Flucht zur Gruppe der Freundinnen wird Andrea (und durch sie die Zuschauer) in das Leben, die Gebräuche und die Sprache auf Medellín's Straßen eingeführt. Sie lernt, sich ihren Lebensunterhalt zu verdienen, sich gegen Übergriffe zu verteidigen und sich einen Schlafplatz zu organisieren. Judi ist körperlich in der Gruppe am entwickeltsten. Die 14-Jährige verdient sich ein Nebeneinkommen durch sexuelle Gefallen, die sie ihren ‚Freunden‘ tut. Noch wehrt sie sich gegen den kompletten Verlust ihrer Jungfräulichkeit und die offene Prostitution, an ihrer Kindheit festhaltend. Judi hat ihr Zuhause verlassen, weil ihre Mutter ihr angeblich nicht genügend Freiheit gelassen hat (0:10'40). Sie repräsentiert den raschen Verfall, den viele Jugendliche auf der Straße erfahren, welche durch wenig Geld ihre eigene körperliche und moralische Integrität riskieren. La Cachetona (die Pausbäckige) und Claudia gehören ebenfalls zu der Gruppe der Rosenverkäuferinnen. Die fünf Mädchen teilen im

‚traurigen Viertel‘ (*Barrio Triste*) ein Pensionszimmer mit drei Betten. Ihre Freundschaft ist eine Verbindung auf Zeit, welche durch Untreue (0:37'25), Betrug (1:16'25) oder Familie (1:21'20) unterbrochen werden kann.



Abbildung 4: Mónica, Klebstoff inhalierend (0:04'08"12), Judi (1:30'08"19) und Andrea (0:07'16"03)

Die Freunde von der 70. Straße, dem Vergnügungsviertel von Medellín, sind unter anderem Anderson, Milton, La Chinga und Chopo. Anderson ist ein beliebter Name in Kolumbiens Armenviertel und verweist zugleich auf den Verfasser des volkstümlichen Originaltextes. Wie Anderson ist der Name der Figur Milton ein Beispiel für eine Mode im profilmischen Kontext, die in vielen Slums Lateinamerikas umgeht und in der Mütter ihren Kindern Namen von Berühmtheiten oder Stars aus Seifenopern geben (These 4).⁷³ Anderson ist Mónicas Partner, sie sind seit zwei Wochen ‚zusammen‘ (Szene 6). Die Jugendlichen leben von Kleinkriminalität und Drogenhandel auf der Straße im kleinen Rahmen, vorwiegend Marihuana. Ihr Gruppenzusammenhalt ist lose und wird durch Drogenkonsum, vor allem Klebstoffschnüffeln (*sacol*), unterbrochen. Sie achten das Leben anderer ebenso wenig (siehe den Mord ab 0:43'37), wie ihr eigenes Leben beachtet wird – Milton wird in Szene 39 bei einem Taschendiebstahl tödlich verletzt. La Chinga ist Mónicas Partner bei kleinen Überfällen. Er wie auch Milton und Anderson beteuern ihre tiefe Zuneigung zu Mónica.



Abbildung 5: Anderson (0:35'24"11) Milton (0:03'49"11) und La Chinga (1:06'33"01)

Die dritte Gruppe der Protagonisten ist eine kriminelle Bande. Don Hector ist der Anführer der Gruppe von *sicarios* und Kriminellen.⁷⁴ Als Oberhaupt wird er höflich mit ‚Don‘ (Herr) tituliert. Anstatt vom Motorrad oder -roller bestimmt er die Männer aus einem Rollstuhl. Er gibt die Befehle und verwaltet den Revolver. Sein Kostüm bringt ihn durch das Militärhemd in Verbindung mit dem bewaffneten Konflikt Kolumbiens, seine Jacke mit der amerikanischen Flagge erinnert an die Ambivalenz der Beziehungen zu den USA. Zum einen ist diese bestimmt durch die Bewunderung des Landes der unbegrenzten Möglichkeiten und

⁷³ So lesen sich die Titel am Ende des Films wie eine Mischung aus europäischen oder nordamerikanischen Vornamen mit indigenen und spanischen Nachnamen. Die Hauptdarstellerin Leidy z.B. wurde nach Prinzessin Diana (Lady D.) benannt.

⁷⁴ „La maldad de estos muchachos no es la simple delincuencia sino la necesidad que ellos tienen de expresar su inconformidad con este país, con este mundo. Su muerte es una muerte buscada por ellos mismos, que les sirve para expresar su radicalismo ante la vida.“ (Víctor Gaviria in: *Si matamos la inocencia, El mundo*, 3.10.1998: 11)

die kommerziellen Verbindungen durch den Drogenhandel, zum anderen durch die Opposition gegen eine Neokolonialisierung und die Furcht der Drogenhändler vor der Auslieferung an die US-amerikanischen Behörden. Die Bande, der auch Mónica's Vetter Giovanni angehört, konsumiert harte Drogen und kontrolliert Teile des Viertels. Zu ihr gehört El Zarco (der Helläugige), der durch seine Namensgebung an Buñuels Figur Ojitos erinnert. Er bedroht Mónica in mehreren Szenen (23, 34 und 42) und macht auch vor seinen eigenen Kumpanen keinen Halt. Im Verlauf der Handlung wird er zunehmend gewalttätig und wird von der Bande verstoßen und gejagt. El Niño (das Kind) ist der Jüngste der Gruppe und repräsentiert das Schicksal vieler Straßenkinder, die jung in eine Bande geraten. Don Hector prophezeit ihm in Szene 22, dass er bald seinen ersten Mord begehen und nicht dazu kommen wird, seinen Führerschein zu machen (gemeint ist, das 17. Lebensjahr zu vollenden).



Abbildung 6: Don Hector mit El Niño (0:49'45"23), Giovanni (0:50'14"19) und El Zarco (1:26' 3"16)

Medellín als urbanes Zentrum steht über allen Figuren. Chronotopoi sind das Stadtviertel *La Iguana* sowie *Barrio Triste* und das Vergnügungsviertel um die 70. Straße vom 23. Dezember abends bis zum 25. Dezember morgens. Wir sehen die Medaille, wie die Stadt auch genannt wird, in ihrem scheinenden Weihnachtsgewand Ende der 1980er Jahre. Das festliche Feuerwerk erhellt die Stadt und die Nachbarn versammeln sich zur vorletzten *novena*, dem neuntägigen Gebet, indem die Ankunft des Christuskindes erbeten und die Jungfrau Maria verehrt wird. In ihren Halluzinationen sieht Mónica ihre Großmutter (den Mutterersatz und das Sinnbild für die fehlende Familie) mehrmals als Marienstatue. Dies repräsentiert die starke Verwurzelung des Marienkultes in den lateinamerikanischen Gesellschaften. Die Statue, mit der Mónica ihre Großmutter verwechselt, steht zudem auf der Brücke über dem Fluss, welche die Figuren mehrmals überqueren. Der Fluss trennt das Bild des städtischen Fortschritts mit Fabriken, der Metro und dem Rauch der Maschinen von den Peripherien mit den Armenvierteln, den Folgen des Neoliberalismus und der Gewalt. Die Peripherie kann im Film eher gesellschaftlich als räumlich gesehen werden, die Stadtbezirke liegen nebeneinander und die soziale Trennung ist weitaus größer als die geographische. Der Fluss stellt auch eine Bedrohung dar durch Überschwemmungen, die wiederum das Verbot der Besiedlung der Gegend und in der Konsequenz die Räumung und Zerstörung der Häuser durch die Stadtverwaltung zur Folge haben. In Szene 25 ab 0:52'57 ist zu sehen, wie Mónica statt im Raum ihrer Großmutter in Ruinen steht, weil er von der Regierung abgerissen wurde. Die Bedeutung des Flusses ist zu verstehen im Zusammenhang mit dem besonderen Verhältnis des Films zu Raum (Schwellen), Zeit und dem Fließen der Zeit in der Stadt.



Abbildung 7: Medellín (0:47'02"23), Marienstatue auf der Brücke (0:45'19"17) und Ruine (0:56'01"03)

Der Film beginnt bei der Heiligenfigur am Fluss und einem anschließenden Bezirk *La Iguana* und endet mit dem Abladen von Abfällen, in diesem Fall *El Zarcos* Körper in selbigem Fluss. Im ersten Kapitel *Los niños de la calle* (0:00'30 - 0:16'21) werden Mónica's Umfeld, ihr Arbeitsplatz, ihre Freunde und Freundinnen eingeführt. Langsam führt die Kamera in der Eröffnungsszene *Barrio (La Iguana)* über den nächtlichen Fluss zu den Dächern des Einwanderungsviertels *La Iguana*. Die Kamerafahrt endet mit einem Blick auf Andreas Zuhause. Andrea flieht in dieser Szene durch das Fenster von Zuhause. Ihre Mutter Magnolia hat sie in einem Streit beschimpft und geschlagen. Andrea lebte bis dato mit ihrer Familie in ärmlichen wie instabilen Verhältnissen. Sie kommt weder mit Magnolias derzeitigem Partner noch mit ihrer bevorzugten kleinen Schwester zurecht. Der arbeitslose Stiefvater ersetzt den fehlenden Vater nicht, im Gegenteil, er beutet die Mutter aus. Andrea bittet Mónica um Zuflucht und wird von ihr aufgenommen.

Im zweiten Kapitel *Trabajos* (0:16'21 - 0:47'21) wird die Arbeit der Kinder und Jugendlichen näher betrachtet: Drogenhandel, Prostitution, Straßenverkauf, Diebstahl oder Sicherheitsleistungen (parkende Autos bewachen). In der nächtlichen Umgebung wird die Gefahr, in die sich die Protagonisten täglich begeben, deutlich. Die ersten zwei Morde werden von El Zarco (Szene 8) sowie von Choco und seinem Freund (Szene 19) begangen, beide im Affekt. Der zweite Mord ist als Vergeltung für eine Bedrohung und Verfolgung von Andrea initiiert. Es trifft jedoch einen unschuldigen Obdachlosen. Sein Tod wird von den Beteiligten als unerheblich angesehen (*ese man no valía* 0:43'50). Mónica bekommt von einem fremden Betrunkenen eine Uhr geschenkt. Mit dem Ende der Nacht kehren die Protagonisten, so auch Andrea und Mónica, in ihr Viertel zurück.

Das dritte Kapitel *Hogares* (0:47'21 - 1:29'23) beleuchtet die Probleme der Kinder in der Ursprungsfamilie. Mónica kehrt nach langer Abwesenheit zu dem Haus zurück, in dem sie zuletzt mit ihrer Großmutter wohnte und welches weiterhin von ihrer Cousine und deren Familie bewohnt wird. Auf dem Weg dorthin kommt sie mit El Zarco in Kontakt. Er zwingt sie dazu, ihre neue Uhr gegen die Uhr des ersten Toten (El Chirrete) auszutauschen. Andrea und Mónica werden beide in ihrem vorherigen Zuhause von männlichen, älteren Familienmitgliedern belästigt. Sie gehen zusammen zum Pensionszimmer, wo Claudia und La Cachetona schlafen. Auf dem Weg dorthin wird ein fröhliches und beschäftigtes Medellín im Tageslicht gezeigt. Über La Chinga wird das Motiv der Schuhe entwickelt und in Verbindung zu einem Zuhause gesetzt: *¿Para que zapatos si no hay casa?* (Szene 29). La Chinga schläft auf dem Gehsteig und besitzt keine Schuhe. Mónica hingegen hat sich von dem Haus ihrer Cousine ein Paar Schuhe mitgenommen. Im Pensionszimmer legt sie sich nicht wie die anderen schlafen, sondern zieht sich nur andere Schuhe an. Der Vater von La Cachetona (er fragt nach Diana Trujillo) kann seine Tochter davon überzeugen, dass sie nach Hause kommt und Weihnachten im Kreis der Familie feiert. Die anderen Mädchen sind

enttäuscht von ihrem Weggehen. Papá Giovanni, Judis Vaterfigur, versucht Ähnliches und scheitert. La Chinga bietet Mónica an, zusammen ein Zimmer zu mieten. Sie möchte ihn nicht als Partner und lieber weiterhin mit den anderen Mädchen zusammenleben (Szene 30). Auch El Zarco ist heimgekehrt zu seiner Mutter und seinem kleinen Bruder. Die Stimmung ist angespannt, El Zarcos Mutter, welche ihn Norman nennt, will wissen, ob er mit dem Mord an El Chirrete in der Nacht zuvor zu tun hat. Als El Zarco die getauschte Uhr beim Duschen beschädigt, macht er sich auf die Suche nach Mónica, um die andere Uhr wieder zurück zu verlangen. Diese kann sie ihm nicht zurückgeben, da sie sie gegen Feuerwerk eingetauscht hat. El Zarco lässt sie nicht zu Wort kommen und setzt ihr eine Frist zur Rückgabe bis zum Abend. In der kurzen Abenddämmerung überquert Mónica erneut den Fluss.

Im vierten Kapitel *Giros* (1:29'23 - 1:43'38) spitzt sich die Lage zu. Keiner von Mónicas Plänen für die Weihnachtsnacht lässt sich umsetzen: Mit dem untreuen Anderson ist sie nicht mehr zusammen und ihre Cousine, welche sie zu sich eingeladen hatte, ist kurzfristig krank geworden. Mónica flüchtet sich zum wiederholten Mal in Drogen. Als Judi nach einer Konfrontation mit einem Freier verletzt wird, lässt sie sich von Papá Giovanni nach Hause fahren. Dieser bringt auch Andrea und die verwirrte Mónica nach La Iguaña.

Bei der Rückkehr im letzten Kapitel *Regreso* (1:43'38 - 1:52'27) schließt Andrea mit ihrer Mutter Frieden und kehrt wie Diana und Judi zur Familie zurück. Die zurückbleibende Mónica geht zur Ruine des Zimmers ihrer Großmutter. Sie inhaliert Klebstoff und halluziniert von ihrer Großmutter. Auf der Flucht vor der Bande sieht El Zarco Mónica und prügelt auf sie ein. Mónica halluziniert und schließt ihre Augen. Als die anderen Bandenmitglieder auf El Zarco schießen, läuft er weg. Am nächsten Morgen finden Nachbarskinder die tote Mónica in der Ruine und El Zarcos Körper am Flussbett.

2.1.6.1 Räume: innen versus außen, hell versus dunkel

Der Film jongliert mit dem Gegensatzpaar innen und außen und hybridisiert es (These 5). Die Handlung findet überwiegend auf der Straße statt, von 113 Minuten Film sind nur 24 Minuten Innenaufnahmen und selbst diese sind nicht in komplett geschlossenen Räumen. Abbildung 8 zeigt die Dominanz der Außenräume gegenüber den Innenräumen (Grau gegenüber Grün und Orange auf der Spur ‚interiores‘) und die Dominanz der Nacht gegenüber dem Tag (Schwarz auf der Spur ‚noche‘ gegenüber Gelb auf der Spur ‚día‘). Ebenso erkennbar ist die Aufteilung der Innenräume in die ursprünglichen Zuhause der Jugendlichen und das angemietete Pensionszimmer (Grün gegenüber Orange auf der Spur ‚chronotopoi‘). Die Spur ‚interiores‘ im Vergleich mit der Spur ‚día‘ zeigt, dass die Protagonisten sich fast ausschließlich tagsüber in Häusern aufhalten, während sie nachts auf der Straße arbeiten und sich vergnügen.

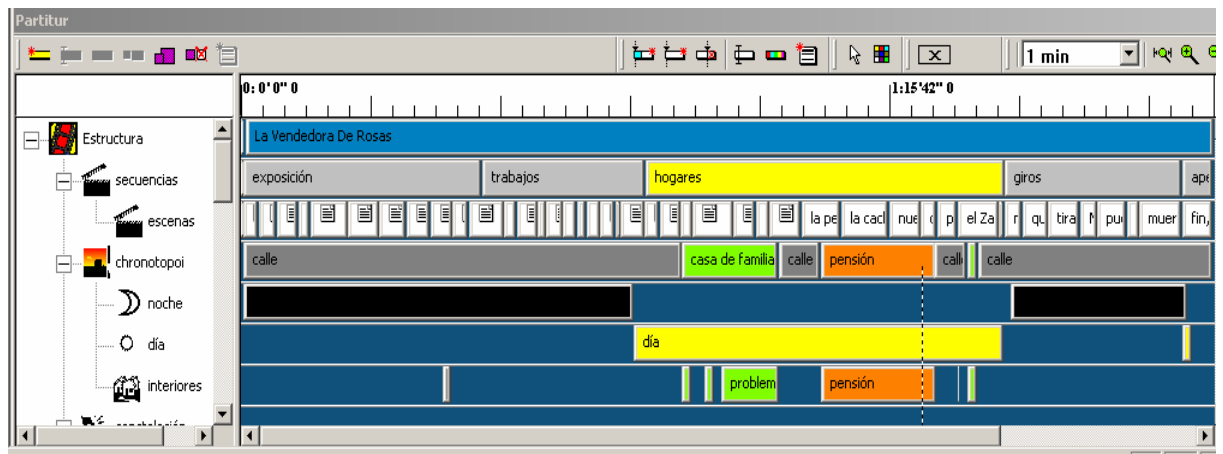


Abbildung 8: Partiturausschnitt mit übergreifenden Sequenzen, Szenen und Chronotopoi

Im warmen Klima Medellín's verschwimmen Innen- und Außenräume. So duscht sich in Szene 34 El Zarco im Freien neben dem Haus seiner Mutter, nicht im Haus, während in der rechten Bildhälfte die offene, weihnachtlich geschmückte Tür zu den Innenräumen zu sehen ist. Die dargestellten Innenräume sind einfach, relativ offen und ‚un-heimlich‘. Die Häuser haben geöffnete Fenster und Türen oder statt dieser Löcher oder Leerstellen. Die Wände sind nackter Baustein, manche Strukturen sind nicht beendet oder wieder eingerissen. Wohnhäuser sind zum Teil offen zur Straße hin und die Nachtlöcher der 70. haben keine vorderen Wände.

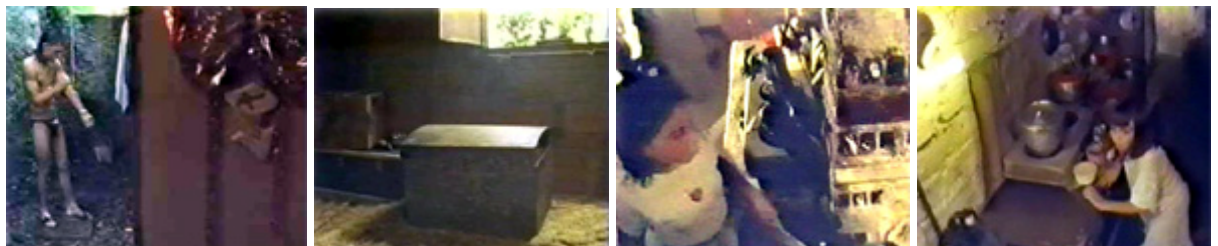


Abbildung 9: Das Badezimmer im Garten (1:24'02"14), der Dachboden (0:56'13"08), Magnolias Wohnraum mit Bausteinen als Stauraum für ihr Allerlei (0:59'01"01) und Magnolias Küche (0:59'26"16)

Innenräume sind zum einen Anlass zu Sehnsüchten nach ‚Heim-lichkeit‘ und Geborgenheit und zum anderen mit Problemen, Unterwerfung unter die Regeln von anderen (Erwachsenen wie Müttern, Stiefvätern, Pensions- und Ladenbesitzern) sowie Kompromissen verbunden. Räume wie Fahrzeuge sind einsehbar und doch privat, wie an der 10. Szene gesehen werden kann. In ihr fährt Judi mit einem Freund/Freier durch die Stadt und bewundert die Weihnachtsbeleuchtung, kommuniziert mit anderen Autofahrern und prostituiert sich. Zwischenräume (Brücken, Parks, Treppen) und Schwellen (Eingänge wie Fenster und Türen, der Fluss *La Iguala*) sind häufig auftretende Motive im Film, die auf Grenzerfahrungen hinweisen und in den Grenzerfahrungen tatsächlich stattfinden. Die Abend- und Morgendämmerung wird mit Mónica auf der Brücke gezeigt (Szene 21 und 35). Die Brücke ist auch Ort einer Halluzination, eines Mordes und des letzten Abschiedes von Mónica und ihren Freundinnen.

Das Leben der Jugendlichen verläuft im Schatten der anderen Bewohner Medellín's, für die sie die meiste Zeit unsichtbar sind. Sie leben sozusagen parallel zum Rest der Stadt, und ihre Tage sind die Nächte. Gaviria nennt das *Los días de la noche* (Gaviria in Kinetoscopio Nr. 45 1998: 39-42). Im profilmischen Kontext finden die Dreharbeiten größtenteils in der Nacht statt, da knapp zwei Drittel des Films nachts spielen. Dementsprechend müssen die Straßen

zum Filmen beleuchtet werden. Die Laiendarsteller sind davon *hellauf begeistert*, sie sehen ihre Nachtwelt zum ersten Mal taghell erleuchtet, *in einem anderen Licht* (ebd. eigene Übersetzung). Die Beleuchtung ist invertiert: Wie die Darsteller sehen die Zuschauer im fertigen Film durch die Kamera die beleuchteten Straßen, etwas, was sie sonst in der Nacht nicht sehen würden. Auch im filmischen Kontext arbeiten die Protagonisten nachts, wenn die meisten Stadtbewohner zu Hause sind, und schlafen tagsüber, wenn andere aktiv sind. Sie sind zudem nur partiell zum Schlafen in Häusern und sonst auf der Straße, ihr Lebensraum sowie ihr Lebensrhythmus sind ebenfalls invertiert.

Der Raum ohne Licht (die nächtliche Stadt) wird kontrastiv zu den aufgrund des Familienfests Weihnachten stattfindenden Feuerwerken gesetzt. Sie erhellen den Himmel und die Straßen, so wie ihre Sehnsüchte und Pläne ihren täglichen Überlebenskampf aufhellen. In Szene 36 lässt Judi Mónica zum wiederholten Mal im Dunkeln auf der Straße stehen, um ihren Vergnügungen oder Arbeiten nachzugehen, obwohl Mónica sie um ihre Gesellschaft bittet. Daraufhin wandert sie allein umher, bis sie in Szene 37 auf Claudia trifft. Sie sitzen daraufhin (gem-)einsam im Dunkeln, schnüffeln Klebstoff und zünden Feuerwerk an. Claudia halluziniert von Blut und setzt einen Bezug zum nahen gewalttätigen Tod von Mónica.

Es gibt keinen Raum für Mónica im Haus ihrer Familie, und der Raum, den sie einmal eingenommen hat, ist zerstört. Mónica steht buchstäblich vor Trümmern. In einer 36 Sekunden langen Einstellung (ab 0:55'37"12), die mit einer Großaufnahme eines Weihnachtssternes beginnt, folgen wir Mónica zunächst in Untersicht durch den ehemaligen Raum ihrer Großmutter. Wieder kommen Mónicas Schuhe ins Bild, welche wir in verschiedenen Schlüsselszenen im Film sehen. Mónica sieht sich um, als versuche sie sich zu orientieren und zu erinnern. Die Kamera nivelliert sich auf ihre Augenhöhe und die Erinnerungen scheinen zurückzukommen, als Mónica ein weggeworfenes Möbelstück erkennt und die Ecke berührt, in welcher der Hausaltar einst stand. Auf der Tonspur sind neben den diegetischen Geräuschen von Stein und Lärm ein Synthesizer und ein trauriges Geigenspiel zu hören, welches in die nächste Einstellung mit den auf dem Dachboden aufbewahrten Habseligkeiten der Großmutter überleitet. Der Raum, den Mónica auf der Straße einnimmt, ist unsicher. Er wird ständig von Konkurrentinnen bedroht (z.B. Marcela in Szene 16), und aus ihren Arbeitsstätten, den Nachtlokalen, wird sie mit körperlicher Gewalt entfernt. Ihre Bleibe, das angemietete Pensionszimmer, bedeutet nur eine kurzfristige Regelung ihrer Unterkunft. Es wird anderweitig vergeben, sollte die Miete nicht täglich beglichen werden.

2.1.6.2 Zeit: zersplittert, gerafft, gedehnt

Für die Protagonisten gibt es keine Kontinuität in der Zeiterfahrung. Die Sehnsüchte der Kinder nach Liebe und Geborgenheit werden als Rückschritt dargestellt. Als Rückschritt in der Zeit und als Rückschritt in der körperlichen Entwicklung, weil sich die Kinder in Halluzinationen des Klebstoffes flüchten und sich damit selbst zerstören (These 6). Diese Rückschritte werden in den Szenen 10 und 20 tatsächlich repräsentiert: Mónica läuft in Szene 10 rückwärts von Papa Giovanni weg und Judi sitzt gleichzeitig mit dem Rücken zur Fahrtrichtung im Auto ihres Freiers. In Szene 20 fährt Giovanni im Rückwärtsgang, damit Judi Mónica fragen kann, ob sie zurück mit ihr nach Hause zu Judis Mutter kommt. *Sacol* und die daraus resultierenden Halluzinationen spielen eine entscheidende Rolle in diesen

Rückschritten. Erfahrungsberichte zeigen, dass einige Halluzinierende in der Zeit zurückreisen und sich vermeintlich an früheste Erfahrungen erinnern, Gefühle bis hin zum Babyalter oder sogar zum Wachsen im Mutterleib erfahren.⁷⁵

Die Straßenkinder vollziehen ihr Leben in einer deutlich geringeren Zeitspanne als der Durchschnitt. Noch in der Kindheit sind sie auf sich allein gestellt und müssen mit erwachsenen Themen umgehen. Die Kindheit ist dementsprechend kurz und wird gefolgt von einer Jugend, bestimmt von Drogen, Sexualität, Gewalt, Mutter-/Vaterschaft und Tod, gerafft innerhalb von weniger als 20 Lebensjahren. Ein Alter gibt es nur in Ausnahmefällen. Die Zeit scheint für sie schneller zu vergehen und gleichzeitig stillzustehen: Es gibt keine zu planende Zukunft außerhalb der nächsten Tage und die Vergangenheit ist eine verlorene Zeit. Verlorene Zeit, weil der Ursprung der Protagonisten abhanden gekommen ist und sie verweist sind, symbolisch und tatsächlich. In der Zukunft ist der nahe Tod zu erkennen, der von den Protagonisten riskiert und teilweise ersehnt wird, weil er eine Erlösung aus der Misere und eine erhoffte Wiedervereinigung mit den Liebsten bringt.

Tote Zeit ist zu fühlen während der insgesamt sechs Halluzinationen⁷⁶, die einen surrealistischen Aspekt in die Erzählung einbinden. In der ersten Sequenz (Szene 3) hat Mónica eine Vision von ihrer Großmutter, wir sehen sie und ihre Flasche *saco* in einer Großaufnahme. Die subjektive Kamera zeigt uns dann den von stärker werdenden Feuerwerken erleuchteten Himmel und neigt sich allmählich nach unten, den Rücken einer alten Dame anvisierend. In einer Zufahrt gehen die Zuschauer ihr nach, langsam läuft die Seniorin die Straße entlang. Das Bild glitzert durch das Widerspiegeln von Lichtern in einer Wasserlache, sie dreht sich kurz um, lächelt, geht aber weiter. Die Szene scheint in Zeitlupe abzulaufen und bildet einen direkten Kontrast zur folgenden Sequenz mit einem bunten Straßenleben und dem Rosenverkauf in einer Tanzbar sowie einen indirekten Kontrast mit der Schnelligkeit der Straßenexistenzen.

Zeit ist gebrochen und fragmentiert. Das Gefühl der fragmentarischen Zeit wird durch den episodenhaften Diskurs des Films gegeben. Die Szenen sind im Durchschnitt etwas über 2,5 Minuten lang und handeln von alltäglichen Vorkommnissen einzelner Protagonisten(-gruppen). Die Vorlage gibt dem Plot ihre Struktur, aber die Erzählung ist in einzelne Splitter und Einheiten geteilt, die größtenteils durch Mónica verbunden werden. Der Film fokussiert diese Fragmentierung der Realität der Kinder und die Zersplitterung ihrer sozialen Umgebung. Dementsprechend ist die Handlungsstruktur fragmentarisch. Zeit wird von Maschinen angezeigt: Das Motiv der Uhr ist bedeutend im Film. Uhren dienen hier als Zeitanzeiger und als Tauschelemente, was den Hergang der Geschichte vorantreibt und beeinflusst. Die beiden wichtigen Uhren im Plot wechseln mehrmals den Besitzer und gehen kaputt oder verschwinden letztendlich. Die eine hat Kindermotive und hört auf zu funktionieren durch Wasser, ein Symbol für das Fließen der Zeit (1:24'17). Die andere Uhr stammt vom ersten Mordopfer (*Es un reloj de mala muerte* 1:23'47) und bringt nach volkstümlichem Glauben Unglück. Mónica verwandelt die Uhr in Feuer, indem sie sie illegal gegen Feuerwerk eintauscht (1:23'36). Das schnelle und intensive Feuerwerk bildet nicht nur einen Gegensatz zur lichtlosen Welt der Protagonisten, es verbildlicht auch das kurze Leben

⁷⁵ "Alucinaciones [son] relacionadas con la orfandad, la figura materna, el regreso al útero, el calor, el hogar ... los niños de la calle se ensacolaron para pelear contra el hambre y el desamparo ... los llevaba a un tiempo/ espacio tan diferente al ahora/ presente ... un viaje a los afectos." (Gaviria in: Duno-Gottberg 2003: 97)

⁷⁶ Mónica hat drei Halluzinationen (siehe 2.1.7), Claudia zwei (Szene 29 und 37) und Milton eine (Szene 18).

der Jugendlichen, ihr Verpuffen in der Zeit. Dies wird direkt angesprochen in der 13. Szene, in der eine Flasche *saco* zersplittert und angezündet wird.



Abbildung 10: Polizisten (0:31'38" 2), die zerbrochene Flasche (0:31'53"09), Feuer (0:31'55"19)

In Untersicht sehen wir eine Motorradstreife auf Anderson und Mónica zukommen und einen Polizisten Anderson kontrollieren. Der Polizist findet Klebstoff und demonstriert die Gefährlichkeit der Substanz: *Eso si no me aguanto yo. Fume toda la marihuana que quiera pero nada de esto* (Er wirft die Flasche zu Boden) ... *Eso es lo que Usted va a ser en la vida, vea.* (0:31'44 - 0:31'55). Das Dasein von Anderson wird mit kurzlebigen Flammen verglichen. Der Polizist agiert emotional, als wäre er besorgt um die Gesundheit von Anderson, aber auch frustriert, weil er keine anderen Drogen finden kann, die der Junge zu gut versteckt hat. Der Polizist kann nichts weiter tun, als Anderson gehen zu lassen. Auf der Tonspur klingt neben diegetischem Ton eine Panflöte an. Sie erinnert an indigene Traditionen und kündigt Gefahr an. Aufgrund der Weihnachtsfeierlichkeiten ist Feuer durch die Feuerwerksexplosionen allgegenwärtig in der Stadt. Feuerwerk ist intensiv und beeindruckend genauso wie verletzend (in Szene 10 fährt Giovanni einen Jungen wegen einer Brandwunde ins Krankenhaus) und kurzlebig. Es erinnert zudem an die Blütezeit des Drogenhandels in Medellín, in der jeder Tag ein Weihnachtstag zu sein schien und Feuerwerke zu sehen waren (ein anderer Anlass zu Feuerwerken war ein gelungener Flugzeugtransport von Kokain in die USA). Das Thema des Drogenhandels wird im Film auf dem Niveau der Verbraucher und kleiner Dealer gehalten, nicht wie in spektakulären internationalen Filmen wie *Blow* (Ted Demme, USA 2001) auf internationale Verbindungen ausgeweitet (These 2). Auch die Regierung wird nicht direkt kritisiert oder thematisiert, die Szene mit der Drogenkontrolle ist die einzige Erscheinung der Staatsgewalt. Der Film hält sich auf dem individuellen Niveau der Protagonisten. Er scheint den einzelnen Zuschauer ansprechen und anregen und auf einer persönlichen Ebene bleiben zu wollen. Der Lerneffekt bzw. das Behalten einzelner Themen/Motive ist größer und effektiver, wenn sich der Zuschauer die Zusammenhänge selbst erarbeitet hat. Hier lernen die Zuschauer die Hilflosigkeit der Straßenkinder gegenüber ihrem Schicksal erkennen: Mit dem Feuer (siehe Abb. 10) verglichen und konfrontiert, ist ihre einzige Abwehr der Spott. Das erschrockene Pärchen (geweitete Augen, unsichere und zurückweichende Gestik) macht sich über den Polizisten lustig, weil er das Marihuana nicht gefunden hat. Der Respekt und die Angst, den ihre Körpersprache vor der Autoritätsperson zeigt, finden sich nicht in ihrem Dialog wieder. Sie reflektieren die Aussagen des Polizisten nicht, zu wahr und schrecklich ist die Botschaft. Sie reagieren mit versteckter Hilflosigkeit. Der Film ist eine Problemaufnahme, die keine Lösungen anbietet. Eine Lösung anzubieten wäre unter Umständen, dem Zuschauer einen Ausweg zu zeigen und ihm damit das eigene Suchen und Nachdenken abzunehmen, ihm einen Abschluss zu geben. In diesem Sinn involviert und aktiviert eine Nichtlösung des Konflikts den Zuschauer mehr und hat eine stärkere Wirkung auf ihn.

2.1.6.3 Ton: *El parlache* als zentrales Element des Wirkungsangebotes

Die in den Dialogen verwendete Jugend- und Ganovensprache *el parlache* ist sehr spezifisch für diese Region und Gesellschaftsschicht. Der Film bleibt auch sprachlich auf lokaler Ebene. Er symbolisiert den inneren und äußeren Abstand zwischen Sujet und Rezipienten (These 3): Die Sprache zwingt selbst den Muttersprachler zu Übersetzungsversuchen. Der Film bietet keine Sprachhilfen in Form von Untertiteln oder Ähnlichem und entfremdet so bewusst den hispanoamerikanischen Zuschauer. So wie die Kinder auf sich allein gestellt auf der Straße überleben müssen, so wird der Zuschauer mit dem Sprachverständnis allein gelassen. Sprache wird nicht reflektiert, sondern ist Teil des marginalen Kontextes. Unverständnis, so meine These hier, ist Teil des intendierten Filmelerlebnisses. Ein großer Teil der hinter der Filmwelt bestehenden Wirklichkeit bleibt verborgen. Der Film ikonisiert Unverständlichkeit in extremen Clustern von Angeboten an den Zuschauer. Er entfremdet für diejenigen, die fertige Bilder wollen (These 2).

Sprache ist zentral für das Wirkungsangebot des Filmes, aber nicht zum Verständnis des Films. Der europäische, nichtspanische Zuschauer hat den Vorteil der englischen Untertitel, die mehr Verstehen erlauben. Die aggressive Sprache reflektiert die Konflikte der Kinder: Die Dialoge sind übersät mit den Zuschauer unangenehm berührenden Schimpfwörtern ‚hijo de puta‘ (*hijueputa*), ‚malparida‘, ‚gonorrea‘ und ‚güevon‘, welche im Familien- und Freundeskreis ebenso wie gegenüber Fremden verwendet werden.

Judi (zu Andrea): *Ay, no ve qu' es que las mamás son muy **gonorreás**. Usted se tiene que hacer respetada ... Ni la **chimba**. Ella me tiene que dejar bailar con mis amigos po'que es que yo ya soy **mamona** pa'que me mande.* (ab 0:10'09"05)

Andrea (zu ihrer Mutter Magnolia): *Es que Usted tampoco tenía po'que pegarme por una **hijueputa** gravadora. Yo mañana, y' mañana voy a ir por la ropa y me voy a ir de esa casa. ... de Usted y esa otra **boba**. [unverständlich] **hijueputa cariculo**, Usted **malparida**.* (ab 0:12'41"12)⁷⁷

Dennoch ist der Film auch ohne Untertitel oder detailliertes Sprachverständnis erfahrbar und interkulturell verständlich. Selbstverständlich gehen Informationen und Komplexität verloren, aber nicht das wesentliche Wirkungsangebot. Das partielle Verständnis ist erstaunlich umfangreich und dauerhaft verfügbar. Kurze Zeit nach der Rezeption ist die Information, die über Sprache gegeben wird, wie die konkreten Konflikte der Kinder mit ihren Müttern, vergessen. Der Zuschauer erinnert sich an Gesichter (Mónica), Gesten (wie das Anzünden der Klebstoffflasche) und Ereignisse (die Morde) mehr als an Worte. Das Verbale fügt der Geschichte über das kurze Leben eines jugendlichen Mädchens, welches durch Verwaisung und Armut sowie die Gleichgültigkeit der Gesellschaft um sie herum umkommt, wenig hinzu. Die Sympraxis des Films wird vorwiegend gestuell hervorgerufen.⁷⁸ Der Film arbeitet viel mit der Kombination von poetischen und bildsprachlichen Elementen mit der Musik, die die Grundemotionen der Protagonisten anzeigen und nachvollziehbar machen: Die Musik und die Off-Dialoge geben häufig die entscheidenden Informationen, nicht die diegetischen Dialoge (These 7). Die Titelmusik wird mehrmals verwendet, wenn neue Abschnitte, wie zum Beispiel der Übergang von Tag und Nacht, beginnen. Sie spricht die ganzheitliche Rezeption des Zuschauers an und stabilisiert den Übergang. Dominant sind dabei das Violinspiel, der Klang der Harfe mit dem Einspielen von Feuerwerksgeräuschen und Glockenläuten. Das Glockenläuten und der Feuerwerkslärm werden ebenso eingesetzt

⁷⁷ In der kolumbianischen Umgangssprache werden selbst die engsten Familienmitglieder und Freunde mit der Höflichkeitsform ‚Sie‘ (*Usted*) angesprochen.

⁷⁸ Vgl. Brecht, Diderot oder Klopfer: *Das Entscheidende ist das kommunikative Gestuelle*.

bei Mónicas sowie Claudias Halluzinationen und sind an Erinnerungen geknüpft. In Verbindung mit dem Mond im Bildhintergrund zeigt sich das Violinspiel als Vorbote der Gefahr und schlimmer Ereignisse, wie des Todes von Milton und Mónica. Die Musik schafft somit eine Antizipation der Gewalt. Der Feuerwerkslärm in Verbindung mit der Stadtbeleuchtung oder dem dunklen Himmel verdeutlicht die Sehnsucht der Protagonistin. Immer mit unterschiedlichen Geräuschen und zu anderen Tages- und Nachtzeiten wird die Brücke als Übergang zwischen den zwei Welten – dem Medellín, das wir kennen könnten, und dem der marginalisierten Menschen – genutzt. Konventionell wird die Tonspur als Überleitung von einer Szene zur nächsten verwendet. Der synchrone Ton (in Kombination mit der asynchronen Musik) ist im Film dominant. Erstaunlich sind die vielen Extras, die sich auch im Ton bemerkbar machen: Die Straßen sind mit Menschen und Autos gefüllt, die Lärm machen, die Bars spielen populäre kolumbianische Musik wie Salsa und Merengue. Die akustische Atmosphäre steigert den Wirklichkeitseindruck des Visuellen und ist wesentlicher Bestandteil der wirklichkeitsnahen Darstellung im Film (These 3 und 7). Das Geräusch-Wirrwarr lässt die Dialoge stellenweise unverständlich werden und beherrscht die Geschichte ebenso, wie es die Bilder tun: Der Hörraum ist ebenso fragmentiert wie der visuelle Raum und der Umgang mit Zeit im Film. Dies verstärkt das zersplitterte Wirkungsangebot.

2.1.6.4 Gesellschaftliche Motive: Familie, Drogenhandel und Gewalt

Die Verhaltenscodes und -störungen der dargestellten Welt (der untersten Klasse der kolumbianischen Gesellschaft) erscheinen den europäischen Zuschauern willkürlich. Der zeitweise starke und zeitweise lose Gruppenzusammenhalt der Kinder ist zum Teil schwer nachvollziehbar. Zum einen riskieren Gruppenmitglieder ihr Leben füreinander, zum anderen bekämpfen sie sich im Rausch gegenseitig, manchmal mit tödlichen Folgen. Die Inszenierung einer in der dargestellten Welt existierenden Würde des Lebens von den ‚Wegwerfbaren‘ (*Desechables*) wird kontrastiv ihrem harten und skrupellosen Alltag gegenübergestellt.

Die Rosenverkäuferin zeigt den Zusammenbruch der traditionellen antioqueñischen⁷⁹ Gesellschaft, deren Grundpfeiler die Familie ist. Anders als z.B. im Film *Amores Perros*, der Vaterschaft und Vaterlosigkeit thematisiert, ist in Gavirias Film die Verwaisung durch die Abwesenheit der Mutterfigur Motiv. Die Auflösung familiärer Strukturen ist besonders in Kolumbien mit der Landvertreibung und den Massakern ein bedeutendes Thema. Durch die in 2.1.3 diskutierten historischen Gegebenheiten ist im profilmischen Medellín eine starke Veränderung der urbanen Dynamiken seit den 1980er Jahren nicht zu übersehen. Juana Suárez argumentiert, dass Gaviria sowohl die Obszönität als auch die Verführungskraft, die von dem Dargestellten ausgehen, zeigt und diese zweiseitige Strategie nutzt, um im Zuschauer Indifferenz und Ausgrenzung der Straßenkinder zu durchbrechen. Sie verbindet zudem die Realitäten der Drogenwirtschaft mit der kulturellen Produktion des Landes:

El resultado de la transición de mayor productor [de drogas] a gran consumidor de las mismas y la convergencia de la globalización, los movimientos transnacionales, el flujo de capital generado por el narcotráfico y la forma como se ha asumido el neoliberalismo, han propiciado una pérdida prematura de la inocencia de la juventud colombiana y una traumática y violenta entrada a la edad adulta, convirtiendo a la niñez y a la juventud

⁷⁹ Antioquia ist eine der Regionen (departamentos) von Kolumbien, im Südwesten von Boyacá, bekannt vor allem durch ihren Kaffee und ertragreiche Kohleminen. Landeshauptstadt ist Medellín.

Der Drogenhandel wird als gesellschaftliches Problem im Kleinen behandelt und Verwicklungen zu größeren Dealern werden im Dunkeln gelassen. Im Gegensatz zum eher männlichen *Rodrigo D. No futuro* ist *Die Rosenverkäuferin* ein mit weiblichen Attributen belegter Film.⁸⁰ So nehmen die weiblichen Protagonisten weichere Drogen wie Klebstoff statt Speed und Marihuana statt Kokain.



Abbildung 11: Marihuana (0:34'12"23), Kokain (0:48'26"12), *Sacol* (1:07'30"16)

Die Rosenverkäuferin fokussiert wie *Rodrigo D. No futuro* das Leben der Jugendlichen in den Kommunen und die Schwierigkeit des Entkommens aus diesen Kreisen bzw. ihren Lebenssituationen. Gewalt ist von den ersten Minuten an ein dominantes Motiv der Handlung. Ballungen von Gewalt treten an vier Stellen der Handlung auf und fünf Menschen werden getötet.⁸¹ Die Dauer der Ballungen wird von Mal zu Mal länger: 3 Minuten werden zu 8, danach sind es 16 und unerträgliche 18 Minuten im Finale. Wenn die Gewalt auch sinnlos scheint und die Motivation dazu schwer nachzuvollziehen ist, so ist sie dennoch kein Selbstzweck in der Erzählung. Der Zuschauer lernt, die Konflikte der Protagonisten anzunehmen und mitzuerleben. In der ersten Ballung wird der erste Mensch getötet, hier geht es um das Umfeld der Straßenkinder und die Bedrohung durch *pistolocos*. Die zweite sieht die Mädchen untereinander streitend und sich gegen die Außenwelt wehrend. Das Resultat ist jedoch keine Beendigung oder gar Lösung des Konflikts, sondern weitere Gewalt an einem Unschuldigen. Dass dieser Umstand (der sinnlose Mord) nicht zum Thema wird, ist für den Rezipienten schockierend und bezeugt die Alltäglichkeit dieser Erfahrung für die Beteiligten. Beide Mörder sind im Vollrausch und die Mädchen sind längst geflüchtet. Der Schock kann sich nicht in Entrüstung umwandeln, das Opfer bleibt anonym und dieser Erzählstrang ist beendet. Während der dritten Ballung wird die Gewalt in der Patchworkfamilie gegen die Mädchen gezeigt, und die vierte sieht Milton durch die Folgen eines Diebstahls schwer verletzt und den Taxifahrer, Mónica sowie El Zarco sterben. Der Teufelskreis, in dem sie sich befinden, wird durch das Wechselspiel von Gewalt, welche gegen die Mädchen gerichtet ist, und solcher, die durch die Jugendlichen ausgelöst wird (zweiter Mord, Diebstähle/Raubüberfälle von Mónica, La Chinga und Milton), deutlich gemacht.

⁸⁰ *Sumas y restas*, erzählt wieder aus einer maskulinen Perspektive von der Verlockung des schnellen Reichtums, welcher vom Drogenhandel ausgeht.

⁸¹ 1. Ballung: Szene 8 (0:16'21"13 - 0:19'33"10 *Primer Muerto*), 2. Ballung: Szene 16 bis 19 (0:35'48"07 - 0:43'55"00 mit Ausnahme von Szene 17, welche der Vorbereitung auf Szene 18 dient), 3. Ballung: Szene 23 bis 28 (0:49'05"02 - 1:05'38"17 mit Ausnahme der Szene 27, einem glücklichen Traum von der Vergangenheit) und 4. Ballung: Szene 38 bis 43 (1:34'26"22 - 1:52'27"11 mit Ausnahme von Szene 41, welche den Ansatz eines Happy Ends darstellt).

2.1.6.5 Kulturelle Übertragbarkeit durch die Darstellung menschlicher Grundbedürfnisse und Sehnsüchte: Heimat, Leben, Liebe

Die Vermittlung der Motive durch poetische Bildsprache macht ein Verständnis auch in anderen Kontexten möglich und ermöglicht ein ‚Andocken‘ an kulturelles Wissen eines denkbaren Publikums. Die Struktur des Films hält sich an jahrhundertealte Prinzipien des Erzählens, durch die Anlehnung an das Märchen von Andersen ebenso wie durch den klassischen Aufbau in fünf Kapitel. Das narrative verbreitete Genre und der gewohnte Aufbau bewirken, dass filmisch und literarisch gebildete Menschen unbewusst auf ihr Wissen zurückgreifen können, ohne reflexive Verbindungen machen zu müssen. Die Motive wie Sehnsüchte und Gruppenverhalten in schwierigen Situationen sind zutiefst menschlich und nachvollziehbar. Drogenabhängigkeit und -handel sind auch in anderen Kulturen Thema öffentlicher Diskussion.

Neben der Möglichkeit zum interkulturellen Verständnis durch die Tonspur und ihre geschickte Kombination mit bildlichen Elementen gibt das wiederkehrende Motiv der Sehnsucht der Straßenkinder nach ihren Ursprüngen und der Kernfamilie einem Publikum die Gelegenheit, im Raumzeitgefüge Bedeutungsstrukturen zu knüpfen. Die Protagonistin Mónica ist diejenige, von deren Sehnsüchten wir am meisten erfahren. Sie ist Waise und lebte mit ihrer Großmutter bis zu deren Tod im Hause von Verwandten. Danach flieht sie vor sexuellen Annäherungen durch männliche Familienangehörige. Auf der Straße hat sie sich eine neue Familie gesucht: Kinder und Jugendliche, die Rosen, Drogen oder sich selbst zum Überleben verkaufen. In letzter Konsequenz ist jedoch jede(r) auch in der Wahlfamilie auf sich selbst gestellt: Das Geld für die Pension ist täglich zu entrichten, Essen und Drogen müssen beschafft werden. Mónicas Wünsche sind nachvollziehbar und scheinen bescheiden: Sie möchte zu Weihnachten hübsch aussehen, mit ihrem Freund zusammen sein und ein Fest feiern. Sie kauft neue Kleider und die Feuerwerkskörper, indem sie sich durch Stehlen Geld besorgt. Mónica hat Angst vor dem Alleinsein. Sie ist sichtlich erleichtert, als Anderson zustimmt, Weihnachten mit ihr zu verbringen (*Estoy más contenta. Ya arreglé lo de hoy y mañana* 0:09'45 und Szene 15). Doch der Freund ist untreu (unter anderem: Szene 16), die Feier mit ihrer Cousine entfällt (Szene 36) und die Freundinnen stehen nicht zur Verfügung. In mehreren Szenen (4, 9 und 36) hatte Mónica Judi erfolglos gebeten, bei ihr zu bleiben. Mónica zieht sich in ihre Träume und Visionen zurück. Im Verlauf der Geschichte hat sie drei Halluzinationen und einen Traum, alle von ihrer Großmutter. Mónica bittet sie, nicht wegzugehen oder sie mitzunehmen. Der Rausch durch den Klebstoff nimmt ihr nicht nur das Empfinden von Hunger, sondern ist wie eine Reise zu Gefühlen der Vergangenheit.



Abbildungen 12: Halluzination 1 (0:04'20"16), Halluzination 2 (0:46'31"17), der Traum (1:01'20"06) und Halluzination 3 (1:49'02"15)

Die Großmutter wird durch die Symbolik und die zweite Halluzination mit der Marienfigur in Verbindung gebracht und als übergreifende Mutterfigur dargestellt. Mónica vermisst sie, sie gab ihr ein Heim und ein Leben in einer Familiengemeinschaft, in der sie geliebt wurde. Sie sehnt sich nach der Wiedervereinigung mit der Großmutter, den Tod sieht sie als Erlösung.

In diesem Sinne ist Mónicas Tod der Heimkehr von Andrea oder La Cachetona (die in Szene 32 als Diana Trujillo zum Vater zurückkehrt) zu ihren Ursprungsfamilien ähnlich.

2.1.6.6 Die Zielgruppe: das kolombianisch-urbane Publikum

Der Film ist mit einem beachtlichen Budget gemacht, keinen 2 Millionen US\$ wie *Amores Perros*, aber doch einigen Hunderttausenden.⁸² Er hat eine saubere Kameraführung und alle Elemente eines professionell gemachten Filmes, aber er ist nicht für jeden Zuschauer gemacht und versucht zu überzeugen, nicht zu gefallen. Die stille Kamera fängt ein und will nichts ‚an sich‘ aussagen, sondern sie will durch das Bild erzählen. Der Diskurs berührt den Zuschauer unangenehm durch seine Brutalität und Vulgarität, ohne Sensationslust zu befriedigen. Er zeigt und zeugt nicht nur, er emoviert:

Incluso, Gaviria da un paso más allá en su intento de mostrar y testimoniar, proponiéndose el ‚hacer ver‘ al espectador, obligándolo a involucrarse en la experiencia visual de la película. Y esto lo logra por dos procedimientos que plantean un intercambio de la ‚otredad‘ del espectador-receptor (como el ‚otro‘ de lo representado) por la del marginado social a través de diversas instancias del lenguaje y por un hábil desplazamiento focal. (Bruzual 2003: 63)

Die Zielgruppe ist hauptsächlich die urbane Mittelschicht in Kolumbien. Sie wird durch die Verwendung eines Sprachcodes verwirrt, den sie nicht beherrscht, der jedoch Teil ihrer hispanischen Sprache ist. Der Zuschauer muss akzeptieren, dass er die Sprache nur partiell verstehen kann, was eine Bewertung der audiovisuellen Erfahrung zunächst schwierig macht. Sprache dient der Kommunikation ebenso wie der Abgrenzung einer Gruppe von einer anderen. Das Publikum sieht eine Stadt, die es wahrscheinlich mehr oder weniger gut kennt und doch nicht versteht: Es wird stutzig gemacht und abgeschreckt. Der Zuschauer wird zum Außenstehenden (gegenüber den Marginalisierten), und Klassenunterschiede werden deutlich gemacht. Nach diesem ersten Abweisen des Zuschauers kann dieser sich allmählich wieder annähern durch Verständnis auf anderen Ebenen, durch die angesprochenen bildsprachlichen und musikalischen Elemente sowie durch die human-thematischen Motive. Es ist anzunehmen, dass viele Zuschauer in diesem Prozess auf der Strecke bleiben. Meine These ist, dass der Regisseur und sein Team dieses Risiko eingegangen sind, um ihre Idee eines marginalisierten Diskurses zu verwirklichen. Ebenfalls denke ich, dass durch diese Umstände der (europäische) Zuschauer, der Medellín als Platzhalter für eine Millionenmetropole sieht und nicht nach dem ihm bekannten Medellín der Mittelklasse sucht, Vorteile beim Verständnis des Themas hat. Gaviria verwendet die von vielen lateinamerikanischen RegisseurlInnen bewusst genutzte Strategie, lokale Probleme mit internationaler Ästhetik darzustellen. Dementsprechend hatte der Film auf internationalen Festivals großen Erfolg, obwohl er ursprünglich nicht für den internationalen Markt gedacht war. Aufgrund der Ähnlichkeit der Gesellschaftsschichten rund um den Globus ist der Film, so er für die Mittelklasse konzipiert ist, von einer US-amerikanischen Mittelklasse wie einer deutschen ‚sehbar‘.

Die Mimesis von *Die Rosenverkäuferin* ist nicht durchgängig verständlich, kann es nicht sein, da die Erzählung fragmentarisch ist. Die Wirklichkeit der Protagonisten ist fragmentarisch und wird so dargestellt. Der Film versucht, andere, Miss- oder Unterrepräsentierte kennenzulernen und sprechen zu lassen, nicht für sie zu sprechen, um so in den Dialog mit ihnen treten zu können (These 1). Er ist kein Unterhaltungsfilm, der

⁸² 1.400 Millionen Pesos (Cromos, 4.5.1998, S. 40), circa 700.000 Dollar ohne Werbekosten.

nebenbei eine Botschaft hat. Filme wie *La virgen de los sicarios* oder *Ciudad de Dios* nehmen in letzter Konsequenz Teil an dem Ausschluss der Menschen, die sie repräsentieren wollen. Sie gehen von einer Technik und Ästhetik aus, die nicht an die Situation ihrer Akteure angepasst wird (These 2). Dies versucht Gaviria nicht zu tun und stellt sich gegen kinematografische Konventionen. Weder Hollywoodtechniken noch das andere Extrem des *cine pobre* werden von ihm verwendet. Er dirigiert die Technik und die finanziellen Mittel und lässt sich nicht von ihnen dirigieren (eines der wichtigsten Kriterien für einen Regiefilmer). *Die Rosenverkäuferin* ist ein Anti-Bildungsroman (These 8), der kaum Entwicklungsmöglichkeiten der Charaktere bietet, auch bedingt durch die kurze Spanne von circa 40 Stunden diegetischer Zeit – wir denken an Aristoteles, der für die Tragödie die Spanne von einem Tag empfiehlt. Der Bezug zu einer bekannten Erzählform kann von einem internationalen Publikum gesetzt werden und im Verständnis des sympraktischen Zeichenangebotes von Nutzen sein.

2.2 *Fresa y Chocolate* – Humanität auf Kuba

“La película marca un hito en la evolución del cine revolucionario.” (García Borrero 1999: 98)

Eckdaten: Erdbeer und Schokolade, Kuba (mit Mexiko und Spanien) 1993, 106 min, 35 mm, OV, Regie: Tomás Gutiérrez Alea und Juan Carlos Tabío, Produzent: Camilo Vives, Buch: Senel Paz, Tomás Gutiérrez Alea, Kamera: Mario García Joya, Produktionsdesigner: Fernando Pérez O'Reilly, Produktionsmanager: Miguel Mendoza, Kostümbildner: Miriam Dueñas, Tondesigner: Germinal Hernández, Musik: José María Vitier, Verleih Deutschland: Kinowelt

Schauspieler: Jorge Perugorría (Diego), Vladimir Cruz (David), Mirta Ibarra (Nancy), Francisco Gattorno (Miguel), Joel Angelino (Germán), Marilyn Solaya (Vivian), Andrés Cortina (Santero)

Frei nach der Kurzgeschichte von Senel Paz *El lobo, el bosque y el hombre nuevo* (1991)

Plot-Zusammenfassung:

Der jung(fräulich)e David (Vladimir Cruz), ein linientreuer Soziologiestudent und Mitglied der kommunistischen Jugendpartei, trifft auf den homosexuellen Diego (Jorge Perugorría), einen kunstbesessenen und eigenwilligen Intellektuellen. Beide sind auf der Suche nach einem Lebensraum, der ihnen trotz gegebener Restriktionen die Möglichkeit zur Entfaltung gibt. In unzähligen Gesprächen, die aus jeweils verschiedenen Motivationen stattfinden, nähern sich die beiden Männer aneinander an und entwickeln eine Freundschaft. Geschildert wird die Zeit von ihrem ersten, zufälligen Treffen bis zum Vortag der politisch motivierten Ausreise Diegos.

2.2.1 Tomás Gutiérrez Alea und Juan Carlos Tabío⁸³

Der Regisseur Tomás Gutiérrez Alea (genannt *Titón*, 1928-1996) ist eine der bedeutendsten Figuren im kulturellen Leben Kubas. Der Musiker und gelernte Jurist studiert 1951-53 in Rom am *Centro Sperimentale di Cinematografia* mit Julio García Espinosa und Fernando Birri, beeinflusst durch den kulturellen Umbruch, den Neuaufbau nach dem 2. Weltkrieg und den Neorealismus (Fornet 1998: 11). Seine Filmographie umfasst über 25 Filme auf unterschiedlichen Filmformaten, gedreht zwischen 1947 (*El Faquir/Der Fakir*) und 1995 (*Guantanamera/Guantanamera – Eine Leiche auf Reisen* in Kodirektion mit Tabío). Die bekanntesten Werke sind seine Filme der 1960er Jahre, wie *Historias de la Revolución* (*Geschichten der Revolution* 1960), *Muerte de un Burócrata* (*Der Tod eines Bürokraten* 1966) und *Memorias del Subdesarrollo* (*Erinnerungen an die Unterentwicklung* 1968) sowie sein vorletzter Film *Erdbeer und Schokolade*. Neben der Regieführung gibt Alea Filmunterricht und schreibt Drehbücher sowie Filmartikel. Für Alea ist Film eine kollektive Arbeit, in der Kameramann/-frau, SchauspielerInnen, Beleuchter und alle anderen Mitarbeiter mit ihrer Kraft und ihren Ideen wesentlich zum Gelingen des Ganzen beitragen (Alea 1994). Dennoch lassen sich im Werk von Gutiérrez Alea persönliche Markierungen, Interessen und Vorlieben feststellen, die seine Arbeit, besonders seine Spielfilme, als Regiekino kennzeichnen.

⁸³ Alea hat die Hauptverantwortung des Projektes. “Desde que nació, el proyecto está marcado por la impronta de Titón, y toda la puesta en escena cinematográfica ha sido concebida con su estilo.” (Juan Carlos Tabío in Alea 1994: 208) Tabío wird als Co-Regisseur hinzugezogen, da Alea an Krebs erkrankt ist und operiert werden muss. 1996 erliegt Alea der Krankheit.

Zu den Angaben über Alea siehe u.a. Alea 1994 und 2001, Chanan 1997, Fornet 1998 und King 2000.

Der erste Spielfilm unter Fidel Castro, Aleas *Geschichten der Revolution*, enthält noch viele Charakteristika der Dokumentation und widmet sich vorwiegend der historischen Rekonstruktion. Er zeichnet ein weit gespanntes Bild vom Kampf des kubanischen Volkes gegen die Diktatur Batistas. Die Episoden ‚Der Verletzte‘, ‚Die Rebellen‘ und ‚Santa Clara‘ erzählen den Angriff auf den Präsidentenpalast am 13. März 1957, die Guerillakämpfe in den Bergen der Sierra Maestra und die siegreiche Schlacht um die Stadt Santa Clara im Dezember 1958. Der Film skizziert etappenweise die Entwicklung einer Volksrevolution und verbindet einzelne Vorfälle zu einem historischen Ganzen. In *Der Tod eines Bürokraten* hingegen tritt bereits ein Wahrzeichen Aleas auf, die Kritik an Fehlern eines Systems, von dem Alea im Prinzip überzeugt ist. Alea ist einer der wenigen Künstler, die auf Kuba ihre geistige und künstlerische Unabhängigkeit wahren konnten und denen es daher möglich war, verhältnismäßig offen Missstände zu kritisieren. *Der Tod eines Bürokraten* ist eine bissige Satire auf ein System, dem das Prinzip wichtiger ist als das Schicksal Einzelner: Der Arbeiter Paco, der eine Maschine zur Herstellung von Büsten José Martí erfunden hat, stirbt bei einem Arbeitsunfall und wird mit allen Ehren – und mit seinem Arbeitsbuch – begraben. Als seine Witwe ihre Rente beantragen will, muss sie dazu das Arbeitsbuch des Verstorbenen vorlegen. Dies führt zu immer absurderen Verwicklungen.

Zwei Jahre später schafft Alea den internationalen Durchbruch mit *Erinnerungen an die Unterentwicklung*. Dieser Film gibt ein subtiles Portrait eines Mannes, der sich dazu entscheidet, auf Kuba zu bleiben, obwohl seine Eltern und seine Ehefrau nach der gescheiterten Invasion in der Schweinebucht nach Miami fliehen. Vor der Revolution war der Protagonist Sergio wohlhabend. Er lebt auch in der Übergangszeit noch von Mieteinnahmen, muss jedoch ständig eine Enteignung fürchten. Sergios innere Monologe zeigen seinen Zwiespalt zwischen seinem ehemaligen Lebensstil im vorrevolutionären Kuba und dem Idealismus der neuen Gesellschaft. Alea nutzt verschiedene perspektivische Ebenen, indem er fiktive Szenen und Dokumentarsequenzen aneinanderschneidet und Sergios Erinnerungen an Fernsehbilder der Schweinebucht-Invasion montiert. Alea verwendet in seinem bekanntesten Film geschickt Antagonismen, um beim Zuschauer Erkenntnisse über die eigene, sich verändernde Identität zu evozieren.⁸⁴

In *Erdbeer und Schokolade* formuliert Alea einige seiner revolutionären Anliegen unter den Gegebenheiten des *periodo especial*⁸⁵ neu. Er behandelt als Erster im Castro-Regime offen das Thema Homosexualität und die Diskriminierung von Homosexuellen in einem Spielfilm.⁸⁶ Er erinnert wieder einmal an die Fehler der Revolution, diesmal nicht die

⁸⁴ Siehe dazu <http://www.culturebase.net/artist.php?410>, letzter Zugriff: 15.07.2003.

⁸⁵ *Wirtschaftliche Sonderperiode*: euphemistischer, von Fidel Castro geprägter Ausdruck für die umfassende wirtschaftliche und akute Versorgungskrise Kubas ab 1990, nach dem Fall der Berliner Mauer und dem Zusammenbruch des Ostblocks. Gründe dafür sind die Einstellung der finanziellen Unterstützung Kubas durch die Sowjetunion, der Zusammenbruch der bisherigen, politisch gestützten Absatzmärkte sowie das drückende US-Wirtschaftsembargo. (Vgl. Zeuske 2002)

⁸⁶ Der Dokumentarfilm *Conducta Impropia (Fehlverhalten)*, Regie: Néstor Almendros und Orlando Jiménez Leal, Kuba 1983) war der erste Film, der Homosexualität und seine Unterdrückung durch das Castro-Regime zum öffentlichen Thema machte. (Santí 1998) Die Filmemacher, insbesondere Almendros, wurden für ihr Werk scharf kritisiert, u.a. von Almendros' Jugendfreund Tomás Gutiérrez Alea. Siehe dazu die Polemik in der Tageszeitung *The Village Voice* zwischen Juli und Oktober 1984. Unter anderem schrieb Alea am 24.7.1984, der Film sei "a document through which one can arrive at an 'authentic' image of our reality here and now. But its lack of historical sense and social context determine its superficiality and turns the film into a document that reveals instead the human misery of its authors".

Enrico Mario Santí erinnert an die Freundschaft der beiden Regisseure und verbindet die Filme miteinander, die These vertretend, *Erdbeer und Schokolade* sei eine strukturelle und eventuell unbewusste Antwort auf *Conducta Impropia* und stelle eine posthume, indirekte Abbitte Aleas an Almendros dar. (Santí 1998: 414) Alea schreibt

Bürokratie oder Eingekerkeltheit in alten Wertvorstellungen, sondern die fehlende Integration und offene Diskriminierung von revolutionären Kräften aufgrund von sexueller Orientierung. Der Film hat einen einschlagenden Erfolg auf Kuba und auch international.⁸⁷ Seine Premiere ist auf dem Filmfestival in Havanna. Alea nutzt hier unter anderem als Merkmal für einen Regiefilm die Verwendung von nicht bekannten Gesichtern für sich: Die beiden Hauptdarsteller von *Erdbeer und Schokolade*, Perugorría und Cruz, heute bekannte Kinodarsteller, haben hier ihr großes Leinwanddebüt.

Sein letzter Film *Guantanamera – eine Leiche auf Reisen* hat wieder die Absurditäten der kommunistischen Planwirtschaft zum Thema. Die romantische Komödie zeigt anhand eines Leichentransports selbstironisch, wozu kubanische Bürokraten fähig sind, um ihren Ruf zu wahren und in ihrer Karriere vorwärtszukommen. Georginas Tante Yoyita, die nach 50 Jahren wieder nach Guantánamo zurückkehrt, stirbt in den Armen ihrer Jugendliebe Cándido und muss nach Havanna überführt werden. Georginas Ehemann und passionierter Beamter Adolfo sieht eine Gelegenheit, seinen Ruf bei der Partei aufzupolieren, und legt einen angeblich einsparenden und komplizierten Etappenplan zum Transport vor. So machen sich Georgina, Adolfo und Cándido mit Yoyitas Überresten auf den über 900 Kilometer langen Weg. Parallel dazu fahren Mariano und Ramón die gleiche Strecke mit ihrem Laster. Das verbindende Element der beiden Erzählstränge sind zum einen die entstehende Beziehung zwischen Mariano und Georgina, die sich von der Universität kennen, an der sie bis zu ihrer Kündigung wegen ideologischer Differenzen Wirtschaftswissenschaften lehrte, und zum anderen der erfindungsreich mit Knappheit kämpfende Alltag der Kubaner. Alea und Tabío stellen Schattenwirtschaft und Schwarzhandel, Not und Erfindungsreichtum der Bevölkerung sehr unterhaltsam dar und regen doch zur Reflexion an.

Der Co-Regisseur Juan Carlos Tabío, Jahrgang 1943, ist Drehbuchautor und Regisseur. Anfänglich gilt sein Interesse Dokumentarfilmen über Musik. Er wendet sich erst ab 1983 dem Medium Spielfilm mit *Se permuta (Tausche Wohnung!)* zu. In einer Zeit der Wohnungsknappheit tauscht eine Frau ihre Wohnung, um ihre Tochter von deren Verehrer fernzuhalten. Tauschen wird ihr daraufhin zu einem Hobby. Die mit Minimalbudget gedrehte Produktion ist unglaublich und kein großer Publikumserfolg. *Plaff o Demasiado miedo a la vida (Plaff 1988)* lässt bereits mehr von Tabíos Stil erkennen. Sein Genre ist die Komödie. Selbstbewusst mokiert Tabío sich über die Erzählkonventionen von Hollywoodfilmen und lässt den Zuschauer nicht vergessen, dass er sich in einem Kino befindet. Nach *Erdbeer und Schokolade* folgt 1995 erneut in Zusammenarbeit mit Alea *Guantanamera*. Tabío dreht *Lista de Espera (Die Warteliste 2000)* und *Aunque estés lejos (So far away 2003)* wieder in Eigenregie, ebenfalls mit Mirta Ibarra in einer führenden Rolle. Wie *Guantanamera* ist *Die Warteliste* ein Roadmovie in Form einer Komödie, deren Witz größtenteils aus den für ausländische Zuschauer schwierig nachzuvollziehenden Lebensumständen entsteht.

Zusammen schaffen das Team Alea/Tabío und der Drehbuchautor Paz in *Erdbeer und Schokolade* aus ihrer einfachen Geschichte ein bewegendes und unterhaltsames Kino der

dazu, dass er mit seinem Film die Polemik zwischen Almendros und ihm mit einem anderen Medium weiterführte und das *Problem der Homosexualität* mit Offenheit anspricht. (Alea 1994: 211)

⁸⁷ Der Film bricht auf Kuba alle Kassenrekorde. Alea sagt 1995 in Interviews mit *Cineaste*, dass der Film die meisten Zuschauer in der kürzesten Zeit auf Kuba hatte, ohne jedoch offizielle Zahlen zu nennen. *Erdbeer und Schokolade* gewinnt bedeutende internationale Preise wie den Silbernen Berliner Bären und wird als erster kubanischer Film in der Kategorie 'Bester ausländischer Film' für einen (US-amerikanischen!) Oscar nominiert. In Deutschland stand der Film 1994 mit 266.477 gezählten ZuschauerInnen immerhin auf Rang 74 (siehe <http://www.insidekino.com/DJahr/D1994.htm>, letzter Zugriff: 20.08.2006), im Vergleich dazu lag *Amores Perros* 2001 nur auf Rang 121 mit 143.184 Zuschauern.

Gefühle. Die zwei Generationen von Filmemachern ergänzen sich hier sehr gut: Alea (der von Anfang bis Ende kritisch die Revolution unterstützt) und Tabío (welcher der *periodo especial* einen herrlich ironischen Touch gibt) analysieren den Stand der kubanischen Kultur in den 1990er Jahren auf universell verständliche Weise.

2.2.2 Das Projekt: Die Revolution weiterentwickeln

Alea ist 1959 Mitbegründer des kubanischen Filminstituts ICAIC und bezeichnet sich stets als Revolutionär. Kino ist für ihn Instrument des sozialkritischen Gewissens, Anregung und Mittel zur Bildung des Volkes. Er sieht Kunst als Mittel zur Veränderung:

[E]l ejercicio del cine implica una indiscutible responsabilidad social. Su extraordinario alcance como medio masivo de comunicación le confiere una indudable fuerza como arma ideológica. Sin embargo, pienso que a menudo se ha interpretado mal este aspecto del cine. Cada vez que se ha querido absolutizar su aspecto ideológico – desconociendo que el cine es en primer lugar un espectáculo y, por tanto, un hecho estético, una fuente de placer – su eficacia como arma ideológica se ha visto reducida considerablemente. (Alea in Fonet 1998: 19)

Er besteht auf seinem Recht als Künstler, der Revolution gegenüber kritisch zu sein. Dieses Recht schränkt er nur insofern ein, als er von seiner Kritik verlangt, dass sie konstruktiv und anregend sei. In seinen Filmen verurteilt er Schwachstellen des kubanischen Regimes und ruft immer wieder zur Erneuerung und Weiterentwicklung der Revolution auf, ohne seine Regimetreue aufzugeben.

Esa lucha se lleva a cabo con el ejercicio de la crítica y la autocrítica. ... Y eso nos plantea una contradicción evidente, en tanto que cineastas: tenemos que afirmar nuestra identidad y nuestra Revolución, es decir, nuestra realidad, y al mismo tiempo tenemos que criticarla para ayudar a mejorarla, transformarla, perfeccionarla. (Alea in Fonet 1998: 27f.)

Zunächst liegt Alea ganz auf der Linie des imperfekten Kinos: Kunst vom Volk fürs Volk statt populäres Kino.⁸⁸ Er engagiert sich für ein sozialkritisches Kino, welches Positionen der bisher bestimmenden Bourgeoisie überdenkt und neue Rahmen setzt für Qualität, Geschmack und Ästhetik (Shaw 2003). Dies ist keine leichte Aufgabe, da er sich selbst als etablierten Künstler stets hinterfragen und die Nähe zu seinen Genossen suchen muss. Entsprechend dieser Devise sind die Protagonisten seiner Filme in den 1960er Jahren bürgerliche Antihelden, wie z.B. Sergio, der dekadente Hausbesitzer in *Memorias del Subdesarrollo*, der im neuen Kuba mit seiner überholten Kultur nicht zurechtkommt.

Im Laufe von drei Jahrzehnten jedoch scheint es, als ob Alea diese alte, vorrevolutionäre Kultur wieder aufwerten möchte. Inzwischen ist der Klassenfeind etabliert und die neue kubanische Identität gefestigt. Andere Probleme bestimmen den Alltag wie das des Ausschlusses und der massenweisen Auswanderung von Andersdenkenden. Die Auswanderung von Großgrundbesitzern und der Bourgeoisie war zu Beginn von den Revolutionären begrüßt worden. Die anhaltende Auswanderung von Künstlern und Intellektuellen sowie Andersdenkenden wird jedoch als bedenklich empfunden.⁸⁹

⁸⁸ Siehe dazu das Teilkapitel *Dialéctica del espectador* in Alea: 1994: 33-56.

⁸⁹ „[D]ie Ventil-Funktion von Auswanderung [ist] eines der Erfolgsgeheimnisse der Revolution. Dass nach 1959 ein derart radikaler Umbruch der Gesellschaft derart schnell und mit einem vergleichsweise geringen Niveau gewaltsamer Konflikte vonstatten ging, das lag zum einen an der Euphorie und Unterstützung durch breite Teile der Bevölkerung, zum anderen aber auch daran – und darüber war und ist sich Fidel Castro zweifellos sehr bewusst –, dass die von der Revolution entmachtete Elite den Kampf gar nicht aufnahm, sondern ging. Zwischen 1959 und 1962 verließen 230.000 Kubaner, zumeist aus der Ober- und Mittelschicht, die Insel. ... Als es 1994, auf dem Tiefpunkt der Wirtschaftskrise, erstmals zu offenen Unruhen im Zentrum Havannas gekommen war, trat

Dementsprechend wird Diego, der elitäre und intellektuelle Künstler aus *Erdbeer und Schokolade*, nicht müde in seinem Versuch, verbotene kubanische und internationale Klassiker aus Literatur und Musik bekannt zu machen. Der Protagonist vertritt offen die Meinung, dass die Praxis, kubanische Künstler auszugrenzen, so sie nicht hundertprozentig konform sind, und bürgerliche Wurzeln nicht anzuerkennen, die Insel in eine neue Art der Unterentwicklung treibt. Alea, der die Ästhetik des Films bestimmt und das Drehbuch nach seinen Vorstellungen von Paz schreiben lässt, versucht hier, die vorgegebene Definition von revolutionärer und daher akzeptabler Kunst aufzuweichen und zu erweitern. Das Bild des kubanischen Alltagslebens wird im Vergleich zu anderen Filmen weniger pittoresk dargestellt. Es zeigt Frustration durch kulturelle Festgefahrenheit, Zensur und wirtschaftliche Nöte.

2.2.3 Der Film als Reflexion kubanischer Geschichte: soziale und politische Hintergründe

Alea und Tabío bieten im Film eine Reflexion auf die Ereignisse der sogenannten Mariel Auswanderungswelle von über 125.000 Kubanern in die USA ab 1979 an.⁹⁰ Während dieser Welle nutzen auch Gruppen, die unter der Unterdrückungspolitik der 1960er und 1970er Jahre zu leiden hatten, die Möglichkeit der Ausreise. Die Unterdrückungspolitik richtet sich gegen bestimmte Intellektuelle, Künstler, Autoren und Homosexuelle. Sie stellt eine formelle Diskriminierung von Homosexuellen dar. Homosexualität wird verbunden mit dekadenter Bourgeoisie und Kriminalität. Homosexuelle werden daher im Parteiapparat bis auf wenige Ausnahmen nicht geduldet und vom Bildungssystem ferngehalten, um ihren Einfluss auf Kinder und Jugendliche zu minimalisieren. Zwischen 1965 und 1968 existieren Arbeitslager für Kriminelle, die sogenannten militärischen Einheiten zur Hilfe der Produktion (UMAP), zu denen auch Homosexuelle verurteilt werden.⁹¹ 1979 wird Homosexualität legalisiert. Homosexuelles Verhalten in der Öffentlichkeit bleibt jedoch bis 1987 strafbar und die Ausgewanderten werden vom Regime als Kriminelle diffamiert.⁹²

Die Handlung von *Erdbeer und Schokolade* ist zeitlich kurz vor der Auswanderungswelle angesiedelt und setzt sich nicht mit den Folgen der Auswanderung auseinander, sondern vielmehr mit den Gründen, die dazu geführt haben: kulturelle Isolation, Intoleranz gegenüber Andersdenkenden und ein festgefahrener Bürokratenapparat. Hierbei sprechen die Regisseure Problematiken der 1970er an, die in den 1990er Jahren weiter existieren:

Fidel Castro die Flucht nach vorn an und gab erneut die Emigration über den Seeweg frei. Mehr als 35.000 Kubaner verließen innerhalb weniger Wochen ihre Heimat auf selbst gezimmerten Flößen. Die deprimierende Massenflucht der *balsaeros* (balsa – Floß) 1994 blieb in Kuba als nachwirkendes Trauma zurück. ... Mehr als eine Million Menschen sind seit 1959 ausgewandert, etwa 10 % der Bevölkerung.“ (Hoffmann in: <http://www.freitag.de/2003/38/03380801.php>, letzter Zugriff: 15.09.2003)

⁹⁰ Im Mai 1979 beginnen Kubaner, ihren Weg in die venezolanische Botschaft zu erzwingen und Asyl zu beantragen. Nachdem ab Januar 1980 die peruanische Botschaft bestürmt wird, verkündet die kubanische Regierung Anfang April, dass Asylbeantragenden die Ausreise erlaubt wird. Dies geschieht zunächst durch Flugbrücken über Costa Rica nach Peru. Am 20. April verkündet Fidel Castro, dass jeder, der die Insel verlassen will, vom Hafen von Mariel mit dem Boot ausreisen kann, die Luftbrücke wird geschlossen. Am 26.09.1980 wird der Hafen wieder geschlossen und die Ausreisewelle ist beendet. Siehe dazu Zeuske 2002 sowie http://cuban-exile.com/doc_026-050/doc0038.html, letzter Zugriff: 12.02.2004.

⁹¹ UMAP: *Unidades Militares de Ayuda a la Producción*. Siehe dazu Lumsen 1996, <http://cubamemorial.org/articulos/umap.htm> und als fiktionale Quelle das Werk von Reinaldo Arenas oder seine verfilmte Biographie *Before Night Falls* (*Bevor es dunkel wird*, Julian Schnabel, USA 2000).

⁹² “The regime attacked those who left, focusing on ‘delinquent homosexuals’ (Lumsden 1996, 78); as a result, there were mass anti-homosexual demonstrations in the streets of Havana.” (Shaw 2003: 12)

Wirtschaftliche Not, Schwarzmarkt und die Überwachung durch den Staatsapparat fließen als wachsender Teil des alltäglichen Lebens in den Film mit ein.

Auf Kuba etabliert sich von 1959 bis in die 1990er Jahre eine florierende Filmindustrie. Vor der Revolution war Kuba wie Mexiko eine billige Produktionsstätte für US-amerikanische Filme und hatte keine real existierende eigene Filmindustrie. Ab den 1960er Jahren wandelt sich dies und die Industrie wird zum lateinamerikanischen Vorbild auf vielen Ebenen (siehe Kapitel 1). Die *periodo especial* bringt jedoch eine erhöhte Abhängigkeit von ausländischen Investitionen. Die Finanzierung wird zu einem zentralen Thema in der Filmproduktion. Auch Alea und Tabío müssen sich den Realitäten stellen und finanziell motivierte Koproduktionen als Überlebensstrategie nutzen. Alea schafft es dank seiner Reputation, für seine Filme weitgehend freie Hand zu haben und gegenüber den Koproduktionsfirmen ästhetische Kompromisse vermeiden zu können.

2.2.4 Das mehrschichtige und vielfältige Wirkungspotential: Filmanalyse⁹³

Thema des Films ist ein genereller Aufruf zu mehr Toleranz und Offenheit gegenüber Minderheiten und dem ‚Anderen‘. Die Anerkennung der Wertigkeit von Hochkultur, Kunst und Humanität ist dabei entscheidend. Bei der Untersuchung der Thematik des Films lassen sich unterschiedliche Motive feststellen: Humanität im Sinne von ‚Mensch‘sein, Erwachsenwerden, Kunst, Toleranz und Akzeptanz, Freundschaft, Eros und Verführung sowie Homosexualität. Folgende Thesen zum Film werden im Weiteren vertreten:

(1) Erzählt wird die universelle Geschichte des Erwachsenwerdens eines attraktiven, naiven, jungen Mannes, erst sein politisches und dann sein sexuelles ‚Erwachen‘. Diese Geschichte hätte so in anderen Kontexten als dem des kommunistischen Kubas erzählt werden können.

(2) Der Film war und ist so erfolgreich, weil er universell ist: Er ist nicht nur eine konstruktive Kritik am System Kubas, sondern auch eine Anregung in anderen Systemen.

(3) Humanität, Respekt und Toleranz – *die „Botschaft“ des Films ist so brisant wie simpel.*⁹⁴ Der Film ist ein bewegendes und unterhaltsames Plädoyer für Respekt und Toleranz, welches bei den Rezipienten ankommt, weil er ihn derart stimuliert, dass sein Lernvermögen angeregt wird. Diese Stimulation wird entscheidend durch das Motiv Verführung ausgelöst. Der Rezipient lernt nicht nur etwas über Kuba, sondern auch über sich selbst und seine eigene Menschlichkeit. Davon ist der Zuschauer fasziniert.

(4) *Erdbeer und Schokolade* besitzt subversive Kraft bei gleichzeitiger starker Heimatverbundenheit und war daher auch auf Kuba ein großer Kinoerfolg. Auch hier setzt sich die bereits diskutierte Strategie durch (Globalität im Inhalt wird vermittelt durch lokale Problematiken).

(5) Der Film widerspricht dem Grundsatz Castros *La revolución o la muerte*, indem er zeigt, dass diejenigen, die nicht ‚mit mir‘ sind, nicht ‚gegen mich‘ sein müssen. Es wird somit eine falsche Alternative und die Polarisierung unterschiedlicher Standpunkte als politische Propaganda-Taktik entlarvt. Diego, der schwule und bourgeoise Intellektuelle, wird anders

⁹³ Die Ergebnisse dieser Analyse basieren grundlegend auf einem ausgedehnten Doktorandenkolloquium vom 21.07.2003 am Lehrstuhl Romanistik III der Universität Mannheim und der Unterstützung meines Doktorvaters, Prof. Dr. Rolf Klopfer.

⁹⁴ Kritik aus film-dienst Nr. 20/1994: 15.

dargestellt als Sergio in *Erinnerungen an die Unterentwicklung*. Er ist eine zurückgestoßene, aber positive Figur, die die hohe Kunst (traditionelle Literatur, klassische Musik, Oper), deren Aufwertung sich lohnen würde, schätzt. Die Filmemacher entfernen sich von ihrem ursprünglichen Wertesystem, in dem die bürgerlichen Werte entkräftet werden sollten, hin zu einem System der kulturellen Miteinbeziehung von Minoritäten. Pluralität statt Uniformismus.

(6) Gegensätze werden versöhnt, ohne aufgehoben zu werden. Die pure Lust am Erzählen lässt Gegensätze ohne dramatische Widerstände nebeneinanderstehen, wie sie aus scheinbar fest umrissenen Typen (die manisch-depressive Nachbarin und der karrieresüchtige, schwule Künstler) echte Charaktere entwickelt. Althergebrachte Klischees wie das des exzentrischen Homosexuellen versus den unschuldig-idealistischen Kommunisten vom Land bestimmen die ursprüngliche Figurenkonstellation. Sie verändert sich im Laufe der Handlung und lässt beim Zuschauer keine Langeweile aufkommen. Je mehr sich beide Männer mit Sympathie und Respekt begegnen, desto mehr verlieren ihre ursprünglichen Ziele an Bedeutung und desto spannender werden ihre Zusammenkünfte.⁹⁵

(7) Die Figuren verfolgen ihren jeweils persönlichen Traum. Ihr Erwachen ist nicht immer erfreulich. Diego hat den Traum von einem kultivierten/kulturellen Kuba, in dem er so, wie er ist, akzeptiert wird und seinen Beitrag zur Vielfalt Kubas leisten kann. David träumt den Traum der Revolution von der ‚besseren Gesellschaft‘ und dem *nuevo hombre* (siehe Originalerzählung). Nancy träumt von der Liebe, Vivian hingegen von einem materiell besser gestellten Leben in der Gegenwart. Germán ist vorwiegend an seiner Karriere als Künstler und persönlichen Privilegien wie der Reise nach Mexiko interessiert. Miguels Träume bleiben uns verschlossen.

Die Figurenkonstellation gestaltet sich derart, dass David im Zentrum des Geschehens steht und die Figuren miteinander verbindet.

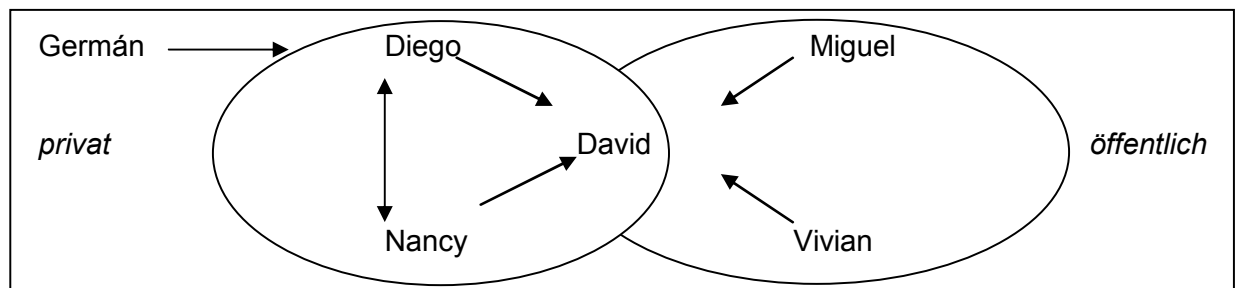


Abbildung 13: Die Figurenkonstellation in *Erdbeer und Schokolade*

David ist ein pflichtbewusster Kommunist, der mit der Revolution aufgewachsen ist. Er ist dem System dankbar für die Möglichkeiten, die es ihm als mittellosen Bauernjungen gibt, und studiert daher Politik, obwohl seine Neigung der Schriftstellerei gilt: *Uno tiene que estudiar algo que sea útil a la sociedad* (0:45'20). Der attraktive Provinzler wird vom metropolen Diego angesprochen und zu sich nach Hause eingeladen. Diego ist ein intellektueller Künstler, der seine feminine Seite nicht zu verbergen versucht und sich zu seiner Homosexualität bekennt. Er setzt sich für den Katholizismus und die Verbreitung verbotener internationaler Literatur und Kunst ein. Es ist daher nicht verwunderlich, dass er in ständigem Konflikt mit dem System steht. Er ist in der kulturellen Produktion aktiv. Er

⁹⁵ Mit der Bestätigung dieser These in der weiteren Filmanalyse wird gleichzeitig die Erfüllung eines der Kriterien für einen Regiefilm (zur Ästhetik: Konventionen und Klischees werden durchbrochen bzw. für sich intelligent genutzt) nachgewiesen.

versteht sich als Revolutionär und sieht keinen Gegensatz in seinen persönlichen und gesellschaftlichen Aktivitäten und den Grundwerten der Revolution: *Formo parte de este país, aunque no les guste.* (0:59'30). Die Figur der Nancy wurde erst bei der Entwicklung des Drehbuchs eingeführt, wie auch die der Vivian: In der zugrunde gelegten Geschichte gibt es keine weiblichen Figuren.⁹⁶ Nancy ist Hauswärterin (*vigilante*) in dem Gebäude, in dem auch Diego wohnt, und als solche dem Parteiapparat zu Berichten über alle Vorgänge im Haus verpflichtet. So könnte sie als Repräsentantin der Regierung gesehen werden, wäre sie nicht eine uneindeutige Figur, die sich durch illegale Schwarzmarktaktivitäten ein Zubrot verdienen würde. Sie ist mit Diego befreundet und verliebt sich im Verlauf des Plots in David, dessen sie aufgrund ihrer moralisch nicht akzeptablen Vergangenheit nicht Wert zu sein meint. Diego und Nancy nehmen vorwiegend Einfluss auf das Privatleben Davids, während Miguel und Vivian seine politische Orientierung beeinflussen.

In der Figur des MIGUELS wird der dogmatische, junge, linientreue Politikstudent gezeichnet. Er ist homophob, engstirnig und trotz kommunistischer Gesinnung sehr auf sein eigenes Vorankommen bedacht. Er verkörpert als Einzelner den Parteiapparat und die Gesinnung der linientreuen Seite der Gesellschaft. Seine Figur ist symbolischerweise schemenhaft gezeichnet, er entwickelt sich während des Films nicht weiter. Vivian ist wie Miguel eine Nebenfigur, die den Verlauf der Geschichte dennoch entscheidend beeinflusst. Sie ist anfänglich Davids Freundin, entscheidet sich jedoch gegen ihn und für einen guten Lebensstandard mit einem Parteifunktionär. Germán ist eingangs ein Freund von Diego, Künstler und Homosexueller. Er kompromittiert seine Kunst und gerät in Konflikt mit Diego, indem er Teile seiner Arbeit zerstört, um eine Ausstellung in Mexiko realisieren zu können.



Abbildung 14: Diego (0:17'50"21), David (0:45'07"06), Nancy (1:23'15"08) und Miguel (0:26'49"14)

2.2.4.1 Auf einen Blick: die Struktur

Ziel einer visuell markierten Computerfilmanalyse ist die Offenlegung einer Partitur, die vom ersten globalen Eindruck her dem Eindruck, den der Film vermittelt, entspricht und damit mittels Akira eine Evidenz des Wirkungsangebotes erstellt. Bevor ich in die Analyse einsteige, möchte ich daher die wichtigsten Partiturspuren als Abbildung zeigen und kurz erklären, um meine Thesen und weiteren Ausführungen zu stützen:

⁹⁶ Die Autoren sind bei der Produktion des Drehbuches der Meinung gewesen, weibliche Figuren würden die Geschichte um eine Dimension erweitern (Alea 1987: 237). Damit gemeint ist wohl eine heterosexuelle Dimension, die einer größeren Anzahl von Zuschauern leichteren Zugang zum Film gibt. Übernommen wird daher die Figur ‚Nancy‘ aus dem Film *Adorables Mentiras* (*Verehrungswürdige Lügen* Kuba, Gerardo Chijona 1992), zu dem Paz ebenfalls das Drehbuch verfasst hat. Mirta Ibarra verkörperte in *Verehrungswürdige Lügen* ebenso die Rolle der suizidgefährdeten ehemaligen Prostituierten mittleren Alters, die noch immer auf die große Liebe hofft (García Borrero 1999: 144). Die Figur der Vivian wird neu eingefügt.

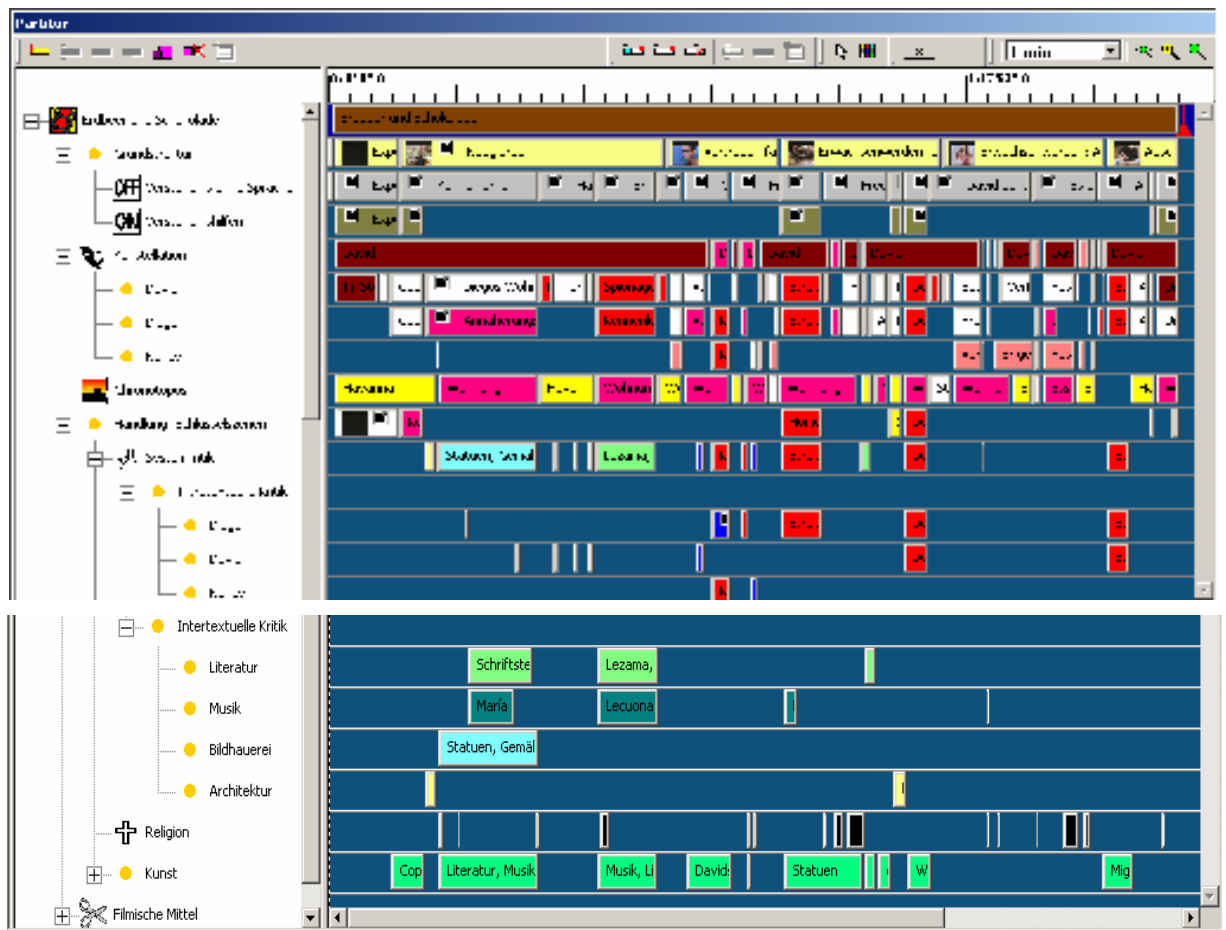


Abbildung 15: Partitur

Die Spur *Grundstruktur* unterstützt These 1, die Universalität des Films, indem sie zeigt, dass der Aufbau des Films sich an die jahrtausendealten Prinzipien des Erzählens hält. Es handelt sich um einen Entwicklungsfilm in dem Sinn, dass die klassische 5-Kapitel-Struktur der Tradition des Entwicklungsromans entspricht (die Exposition gehört in das erste Kapitel mit hinein). Die Unterspuren *Off* und *On* beinhalten das Wirkungsangebot, welches der Film ohne Verständnis der (spanischen) Sprache gibt, und verstärkt die These der universellen Verständlichkeit des Films.

Die *Konstellat*ion macht neben der tatsächlichen Figurenkonstellat

Die Spur *Chronotopos* zeigt den Grundrhythmus des Films, den Wechsel zwischen Privatem (pink gezeichnet) und Öffentlichem (gelb). *Handlung* mit Schlüsselszenen visualisiert den Spannungsbogen. Sie ist wichtig und hat daher mehrere Unterspuren. Hier kann man sehen, dass z.B. die Schlüsselszenen mit *Kunst* verbunden sind und immer David involvieren oder dass *Systemkritik* kein dominantes Element der Erzählung ist, sondern künstlerische Vielfalt (These 5). Die Spuren *Kritik/Kunst/Religion* verdeutlichen den Reichtum der Erzählung. *Intratextuelle Kritik* ist durch den ganzen Film immer wieder in kleinen Häppchen zu finden, die *Intertextuelle Kritik* vor allem am Anfang, während die *Kunst* sich jedoch durch den ganzen Film zieht, aber gegen Ende des Films, wenn das Private in den Vordergrund tritt, weniger wird. Kultur ist in Grünfarben visualisiert, politische Diskussionen sind in Rot markiert. In der Spur *Religion* wird deutlich, dass dies kein entscheidendes Element der Erzählung ist und nur ab und zu in kurzen Szenen einfließt. Es wird zumeist für Davids Gunst gebetet oder dafür gedankt, dass ein erneutes Treffen mit ihm stattgefunden hat. Die Darstellung der Träume der Protagonisten ist mit Blau versehen (These 7) und liegt relativ nah beieinander im Zentrum des Films.

2.2.4.2 Der rhythmische Wechsel von Nähe und Distanz, Privatsphäre und Öffentlichkeit bestimmt das Syuzhet⁹⁷

Der Rhythmus der Erzählung ist vom Chronotopos bestimmt. Es findet ein beständiger Wechsel zwischen privaten (überwiegend Diegos Wohnung) und öffentlichen Orten statt.⁹⁸ Er ist langsam, ohne langweilig zu sein. Innerhalb von Diegos Wohnung spielt die Handlung größtenteils in einem kleinen Wohnzimmer. Viele Amerikanische Einstellungen bis Großaufnahmen bringen den Zuschauer nah an das Geschehen und halten ihn in der Erzählung. Verhältnismäßig wenig Montage und Schnitte geben der Geschichte einen natürlichen Verlauf. Lange Kamerafahrten unterstützen die schauspielerische Leistung der Protagonisten nur. Es wird vorrangig durch die Bewegung der Schauspieler im Raum und nicht durch die Bewegung der Kamera im Raum erzählt. Der Fokus auf die kreative Inszenierung, die bedeutender als die nachträgliche Montage ist, eines der Merkmale eines Regiefilms, wird hier deutlich.



Abbildung 16: Blick auf die Tür (0:00'57"19), Unsicherheit (0:01'37"06)

⁹⁷ Zur neoformalistischen Definition und Unterscheidung von *Fabula* und *Syuzhet* siehe Bordwell in Rosen 1984: 18ff. oder Blanchet 2003: 18ff.

⁹⁸ Siehe dazu in der Abbildung 15 die Spur Chronotopos, die diesen Wechsel visuell klar darstellt.

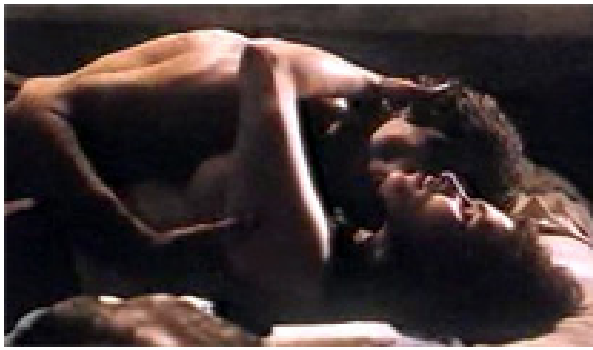


Abbildung 17: David und Vivian (0:03'21"19), Schaulust (0:04'32"09)

Die Exposition ist auf verschiedenen Ebenen interessant. Sie führt traditionell in das Raumzeitgefüge der Handlung und die wichtigsten Protagonisten ein. Ihr Gebrauch in *Erdbeer und Schokolade* spielt zusätzlich mit dieser Erwartungshaltung und verdreht sie. Die Exposition beginnt mit nostalgischer Klarinettenmusik noch während der Titel, die zwischen Filmstücken auf schwarzem Untergrund eingeblendet werden. Die Kamera befindet sich in einem karg eingerichteten Raum und blickt auf eine Tür, die geöffnet wird. Der Zuschauer erwartet den Beginn von etwas Neuem. Es ist die Tür eines Hotelzimmers im relativ zeitgenössischen Kuba Ende der 1970er Jahre. Gezeigt wird ein Pärchen, David und Vivian, welches sich unsicher aneinander annähert, was den Film (heterosexuell) erotisch auflädt. Als seine Partnerin im Bad ist, hört David ein Paar im nächsten Zimmer und steigt auf einen Stuhl, um durch ein Loch in der Verbindungstür hinüberzusehen. David wird zum Zuschauer. Sein und unser voyeuristischer Blick identifizieren das Hotel als Stundenhotel. David dringt in den privaten Raum der Nachbarn und macht ihn semi-öffentlich. Die Erwartungen des Zuschauers werden enttäuscht: David beschließt, sein Vorhaben abzubrechen und Vivian jungfräulich zu heiraten, um ihr die Ernsthaftigkeit seines Anliegens zu beweisen.

Die nächste Szene ist Vivians Hochzeit, bei der David Gast und nicht wie erwartet der Bräutigam ist. In einem weiteren Szenenwechsel streift David einsam durch Havannas Straßen und trinkt in einer Bar. Die Tatsache, dass der Zuschauer Davids Schmerz mit ihm teilt, versichert seine Sympathie ihm gegenüber. Das Ende der Exposition wird durch die Einblendung der letzten Titel, der Namen der Regisseure markiert, welches gleichzeitig den Film als Regiefilm kennzeichnet.

David wird als sensible Hauptperson eingeführt, deren ‚moralisch altmodisch reine‘ Absichten von seiner Freundin enttäuscht worden sind. Der Zuschauer ist der Exposition entsprechend auf eine romantische Geschichte um David eingestellt. Im Weiteren fragt er sich über weite Strecken des Films, ob der zuerst als narratives Subjekt präsentierte David oder der schwule Diego die Erzählung vorantreibt. Vivian entpuppt sich als Nebenfigur. Die Exposition weist auf Davids Relevanz hin und macht stutzig, denn die Handlung wird lange Zeit von Diego dominiert. David ist jedoch derjenige, dessen *Off-Stimme* in einigen Szenen zu hören ist, der mehrmals alleine auf dem Bildschirm zu sehen ist und dessen Gesicht wir als Standbild hinter dem Abspann sehen⁹⁹, nicht Diegos. Die Exposition leistet die Etablierung von Verführung als den Film bestimmendes Motiv und zeigt den unschuldigen David¹⁰⁰ als Ziel der Verführungsanstrengungen (These 3). Sie erzeugt Spannung auf

⁹⁹ Eine Hommage an François Truffauts berühmtes Standbild am Ende von *Sie küßten und sie schlugen ihn* (1959)?

¹⁰⁰ Zu beachten ist die Namensgebung: David, Protagonist und Objekt der Begierde, war auch der Name desjenigen, der in der Bibel erfolgreich gegen den Riesen Goliath aufbegeht.

Folgendes und markiert den Film als Unterhaltungsfilm. Ab der neunten Minute findet die eigentliche Einführung in das Thema und die erste Diskussion zwischen David und Diego auf der Terrasse des Eiscafé *Coppelia* statt. David ist hier auf seinem einsamen Streifzug durch die Stadt gelandet, nachdem er es in einer Bar nicht lange ausgehalten hat. Es scheint charakteristisch für den sensiblen David, dass er sich eher mit Süßem als mit Alkohol tröstet und eher in dem jugendlich-familiären Ambiente eines Cafés als in dem verraucht-männlichen einer Bar zu finden ist.



Abbildung 18: Einsamkeit (0:07'54"03), Eiscafé I (0:11'15"21)



Abbildung 19: Eiscafé II (0:11'26"15), Germán (0:09'51"18)

Das erste Aufeinandertreffen von David und Diego ist eine der wenigen Szenen, in denen beide gemeinsam in der Öffentlichkeit auftreten und im Freien zu sehen sind. Im Schnitt-Gegenschnitt-Verfahren kombiniert mit Über-die-Schulter-Blicken der Kamera werden die frivolen Annäherungsversuche Diegos an David und dessen abwehrende Reaktionen gezeigt. Die Kamera bleibt dabei dicht am Geschehen. Wieder ist die Lust am Erzählen zu spüren und der Rezipient erfreut sich an der peinlichen Situation Davids genauso wie Germán, der am Nebentisch kichert. Diego gelingt es, David in seine Privatsphäre, sein Apartment, zu locken mit der Absicht, ihm näherzukommen. Im Gespräch mit David bilden Diegos Referenzen zu Oscar Wilde, Federico García Lorca, José Lezama Lima und Ernest Hemingway eine Brücke zwischen den Annäherungsversuchen, Diegos Homosexualität und Kultur, einem weiteren wichtigen Motiv im Film.

Homosexualität ist in diesem Film ein privates Thema und wird dementsprechend in den privaten Raum gelegt: Der Großteil der diegetischen Zeit findet in Diegos Apartment statt. Homosexualität wird nicht auf einem gesamtgesellschaftlichen Niveau behandelt. Miguel ist die einzige Figur, die offensichtlich homophob ist. Die potenzielle staatliche Förderung dieser Haltung Miguels wird nicht ausgeweitet und Gründe für die revolutionäre kubanische Homophobie werden nicht dargestellt. Vielmehr stellt der Film die politische Frage nach der Einstellung von Individuen zu Homosexualität und der Toleranz von Minoritäten neu. Diegos

Darstellung ist feminin und homosexuell, aber nicht sexuell aktiv. Seine homosexuelle Lust oder Praktiken werden nicht dargestellt oder diskutiert. Er lebt seinen Eros¹⁰¹ in Kultur und Kunst aus. Diego ist ein erotisches Wesen, aber er ist keine *loca*, vielmehr ein *maricón*.¹⁰² Er versucht, David zu verführen – und verführt dabei den Zuschauer –, doch stellt er seine sexuellen Annäherungsversuche zugunsten einer Männerfreundschaft ein. Mehr als eine freundschaftliche Umarmung findet nicht statt und der Konsum von Diegos Begehren kann nur über Nancy stattfinden: Im Weiteren trägt Diego wesentlich dazu bei, David in einer heterosexuellen Konstellation zu initiieren. Seine Verführungskünste zeigen sich vornehmlich zu Beginn des Films. In der fünften Sequenz, in der Diego David dazu überredet hat, zu ihm nach Hause zu kommen, legt Diego es darauf an, David sexuell für sich zu interessieren. Die Sequenz lebt – wie der ganze Film – von der ausgezeichneten schauspielerischen Leistung von Jorge Perrugoría als Diego, seiner Mimik und Gestik. Diego nähert sich David von schrägen Winkeln an (immer den Sexus im Blick), in denen ihn die bewegliche Kamera unterstützt. Diego spielt hier mit Nähe und Distanz und tänzelt um David herum (siehe Abbildungen). Er kniet vor David, steht wieder auf, umkreist ihn. Die Kamera scheint dabei mit auf der Tanzfläche zu sein, wie eine dritte Person, die im Verlauf der Aktion ihre Augen vom einen zum anderen schwenkt. Die Aufsicht auf den knienden Diego veranlasst den Zuschauer, sich eher mit David zu identifizieren. Das Unbehagen ist zu fühlen und die Nähe der Kamera zu den Protagonisten scheint unangenehm. Dennoch ist eine gewisse Faszination zu spüren, die von dem Anderen ausgeht. Diegos theatralisches Verhalten geht hier in Einklang mit der Tonspur, dem Operngesang von Maria Callas. Sein Singen wirkt wie eine kleine komische Einlage, selbst der verlegene David kann sich wie der Zuschauer des Lächelns nicht erwehren. Kleine politische Spitzen werden hier eingestreut mit Diegos Kommentaren *¡La falta que nos hace otra voz!* (0:17'53), implizierend, dass nur die eine (Fidel Castros) Stimme gehört wird und *¡Ay Dios! ¿Cómo va a avanzar un país donde los jóvenes no conocen ni a John Donne ni a Gadafi?* (0:17'07), was die Einseitigkeit der kulturellen Erziehung auf Kuba beklagt und gleichzeitig für eine kulturelle Öffnung plädiert.



Abbildung 20: Annäherung (0:17'10"18), kniender Diego (0:17'13"15), offene Arme (0:17'54"02), Tee servierend (0:19'12"11)

¹⁰¹ „Eros: Liebe; in der Orphik universales Weltprinzip; bei Platon ... ein Vermittlungsglied zwischen dem bloß Sinnlichen und dem rein Geistigen; der Erkenntnistrieb, der Drang nach dem Wahren ... In der christlichen Philosophie hat Eros eine Mittelposition zwischen Sexus (Geschlechtsliebe) und Agape (göttliche Liebe)“ (Ulfig 1997: 114). Eros ist eine Form der Liebe, die nach antiker Anschauung sinnlich, seelisch und geistig zugleich ist. Ebenfalls als Grundprinzip von Natur und Menschenwelt gesehen: Er bringt Neues zeugend hervor und hält Bestehendes zusammen. Kunst ist in diesem Sinn nicht von Eros trennbar: „Und so muß man in der Musik und in der Heilkunst und in allen andern Künsten ... den zwiefachen Eros ins Auge fassen; denn sie sind beide in ihnen vorhanden.“ (Platon 1986: 37) Platons Verständnis von Eros als körperliche Liebe zu jungen Männern (Pädophilie, ebda: 23ff.) und geistige Liebe zur Idee der Schönheit (ebda: 68ff.) passt in diesem Zusammenhang ebenfalls.

¹⁰² Ich widerspreche damit Smith, der Diego als *loca* (Verrückte) bezeichnet (Smith 1994: 85). Der Unterschied zwischen *loca* und *maricón* („Homo“) ist eben der, dass eine *loca* (Homo-)Sexualität in den eigenen Lebensmittelpunkt stellt, während ein *maricón* sich nicht nur über seine Sexualität definiert (González 1996). Diego widerspricht Davids dahingehenden Ausführungen deutlich, indem er sich als ebenso politisches wie emotionales Wesen darstellt („¿Quién te dijo a ti que yo no soy revolucionario? ... Esto es una cabeza pensante. ... Yo pienso en macho cuando hay que pensar en macho, como tu en mujeres ... No soy un payazo“ 0:57'58).

Erdbeer und Schokolade wird teilweise als Schwulenfilm eingeordnet, geht jedoch darüber hinaus, indem er Eros nicht nur auf Sexualität begrenzt und eine weite Palette an menschlichen Emotionen behandelt, ohne politische Parolen wie die Forderung nach Gleichberechtigung zu benutzen. Es geht hier nicht um Gleichberechtigung, sondern zunächst um die (An-)Erkennung der Vielfalt, die Akzeptanz und die Toleranz des Andersartigen. Homosexualität wird als Metapher für Toleranz benutzt: *Our film represents a hymn to tolerance, to the possibility of mutual comprehension and enrichment of two persons who are profoundly different.* (Tabío in West 1995: 20) Dies macht den Film für eine größere Anzahl an (heterosexuellen) Zuschauern interessant. Der ‚Andere‘, d.h. Diego, bleibt jedoch der Fremde. Im Gegensatz zu David und Nancy nimmt der Zuschauer nicht an seinen inneren Gedanken in Selbstgesprächen oder im Off zu hörenden Gedanken teil. Wir sehen Diego in seinem privaten Heim, jedoch selten alleine, und erst in der letzten Nacht kommen wir durch Davids Annäherung an Nancy zu Diegos intimsten und traditionell sexuell belegten Ort, dem Schlafzimmer, in dem Diego jedoch abwesend ist. Durch den Film hindurch ist die Perspektive von David ausgehend und macht diesen immer mehr zum Subjekt. Diego, der Homosexuelle, wird damit zum Objekt, was gegen die These eines Schwulenfilms spricht: Homosexualität wird von einem heterosexuellen Standpunkt aus thematisiert.

*La Guarida*¹⁰³, Diegos Wohnung, ist ein Ort, der mit Kunstwerken aller Art aufgeladen, sogar überladen ist. Bereits bei seinem ersten Besuch staunt David über die Vielfalt der Bilder, Plastiken, Bücher und Tonträger (Abbildung ‚Wohnzimmer‘ und ‚Allerlei‘). Diegos Wohnzimmer ist zusätzlich durch einen kleinen Hausaltar mit religiösen Einrichtungsgegenständen ausgestattet, wie auf der Abbildung ‚Hausaltar und Kreuz‘ in der linken Bildhälfte zu sehen ist. Photos wie Marilyn Monroes Bild aus *Some like it hot*¹⁰⁴ und das Wandgemälde geben dem Ort einen sinnlichen Anstrich, während z.B. das Auge daneben an der Tür eine politische Nachricht ist und Zensur und Überwachung symbolisiert. Dieses gemalte Auge hängt zwischen den Darstellern und unter einem Kreuz (Abbildung ‚Hausaltar und Kreuz‘). Es könnte als Zeichen dafür stehen, dass für Diego sein Glaube – an Gott oder Kunst – wichtiger ist als die Repressionen, die dieser zur Konsequenz hat, und dass dieser Glaube sowie das System in der ersten Hälfte des Filmes zwischen Diego und David stehen.

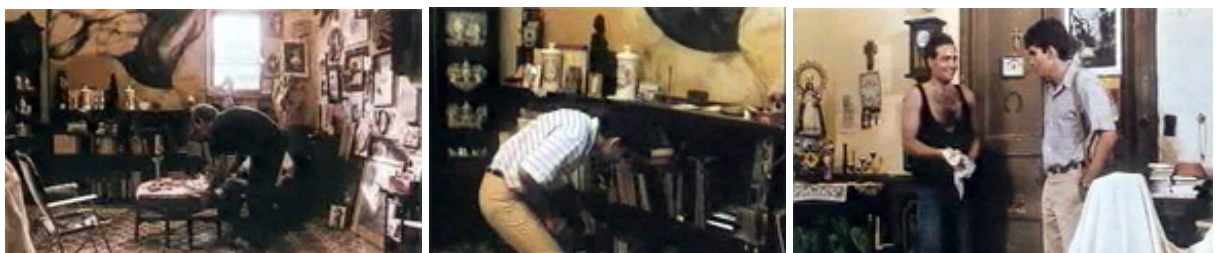


Abbildung 21: Wohnzimmer (0:55'40"14), Bücher, Porzellan, Allerlei (0:16'41"2), Hausaltar und Auge (0:33'21"09)

Als David sich schließlich mit Diego anfreundet, versiegelt er den Pakt mit Elementen der Revolution, die er Diegos Bilderwand hinzufügt, wie z.B. einem Photo von Che Guevara (1:10'32). Das Wohnzimmer als Ort der Gespräche zwischen Diego und David ähnelt fast einem Museum mit Erinnerungsstücken und signierten Originalen aus verschiedenen Epochen und von unerreichbar scheinenden Orten. Nur in diesem kleinen Raum kann sich

¹⁰³ Der Name, den Diego seiner Wohnung gibt, drückt seine Notwendigkeit aus, sich vor den Augen des Regimes zu verstecken. Wörtlich übersetzt heißt *guarida* Höhle, Lager, Versteck, Zufluchtsort oder Schlupfwinkel.

¹⁰⁴ *Manche mögen's heiß*, Billy Wilder, USA 1959.

Diego ausleben und er selbst sein. Die Wohnung reflektiert nicht nur Diegos Charakter, sondern ist derart gestaltet, dass sie aus verschiedenen Winkeln interessant ist, da der Großteil der Filmhandlung hier stattfindet.

Das Mehrfamilienhaus, in dem Diegos und Nancys Wohnungen sich befinden, ist ein altes Gebäude mit hohen Decken und Ornamenten, dessen Charme und Herrschaftlichkeit die Verfallserscheinungen nicht übertönen können.¹⁰⁵ Der Eingangsbereich des ehemaligen Hotels ist für Propagandazwecke benutzt: Fidels Kopf ist auf einer kubanischen Flagge auf die Wand gemalt und eine politische Nachricht mit seiner Unterschrift daneben (0:13'03"24-0:13'09"11). Im Gegensatz zu Diegos engem und vollem Apartment sind das Treppenhaus und die Gänge des Hauses geräumig und karg. Dies kontrastiert die Fülle von Diegos kultureller Umgebung und sein Wissen um kubanische Kultur. Diegos Wohnung zeigt, was Kuba fehlt: eine kulturelle Vielfalt.

Mit den öffentlichen Orten wie dem Eiscafé *Coppelia*, dem Palast in der Altstadt (*Palacio de los Matrimonios del Vedado*) oder dem erhöhten Standpunkt der Christusstatue von Casablanca wird die Anziehungskraft Havannas verdeutlicht.¹⁰⁶ Diesen Reiz macht nicht nur die Schönheit der Stadt aus, sondern auch der langsame Verfall des Kulturerbes, der ein romantisches und nostalgisches Element hat. Auch hier finden wir Propaganda an Hauswänden und in Aushängen. Ein Straßenplakat mit einem Ausspruch von José Martí *Los Debiles respeten, los grandes adelante. Esta es una tarea de grandes. José Martí* (1:06'41"08) wird genutzt, um zu zeigen, dass die Figur des Diego sich nicht zu den Schwachen zählen und kleinmachen lässt. Er will sich nicht auf die politische Polarisierung einlassen und zeigt, dass die Schwarz-Weiß-Malerei des Regimes Teile der Bevölkerung ausschließt, die für die real-sozialistischen Ziele sind und mit einbezogen werden sollten (These 5): Nachdem Diego diesen Satz im Vorbeigehen gelesen hat, entschließt er sich, einen Protestbrief abzuschicken, von dem er ahnt, dass er ihn seine Arbeitsstelle und Zukunft auf Kuba kosten wird.¹⁰⁷ Diese Einstellung des Protagonisten und die positive Darstellung von Diegos Kampf um Pluralismus unterstützen die These 5 und stellen sich gegen die vorhandene Polarisierung von Öffentlichkeit und Intimsphäre. An öffentlichen Orten werden öffentliche und somit systemkonforme Themen besprochen. Im Wohnheim werden sozialistische Dokumentationen gezeigt und Politik laut Lehrbuch diskutiert. Die im Film geäußerte Kritik am System findet daher fast ausschließlich im privaten Bereich statt.

¹⁰⁵ Das Haus wird so gezeigt, wie es 1993 in Wirklichkeit war (García Borrero 1999: 145). Die Aufschriften in den Treppenaufgängen waren bereits vorhanden, ebenso die Einrichtungen in den Wohnungen. Nur Diegos Wohnung wurde speziell auf seinen Charakter hin dekoriert sowie einige Kleinigkeiten (wie das Beatles-Poster als Bild für Rebellion oder Aufbruch) in Nancys Wohnung. Auch *Rocco*, der Kühlschrank, war schon im Haus. Nach dem Erfolg des Films kamen viele Touristen, um sich den Drehort anzusehen. Ein privater *Paladar* (Restaurant) namens *La Guarida* wurde gegründet, um die Touristen zu halten, und Kuriositäten wie *Rocco* aus Diegos Wohnung wurden konserviert (Mirta Ibarra am 31.05.03 anlässlich eines Screenings von *Erdbeer und Schokolade*). So wurde aus dem Haus, welches ein Museum zu sein schien, es aber nicht war, tatsächlich eine Art Museum.

¹⁰⁶ Andere Drehorte waren *La Puntilla* und der *Avellaneda*-Saal des Nationaltheaters.

¹⁰⁷ Der Ausspruch wird vom Filmverleih als so wichtig empfunden, dass er in der deutschen Version von einer unbekannten Stimme aus dem Off übersetzt vorgelesen wird. In der englischen Version wird der Ausspruch des Nationaldichters durch Untertitel übersetzt.

2.2.4.3 Zeitliche Unbestimmtheiten als Verstärkung der Aktualität des Films¹⁰⁸

Erdbeer und Schokolade ist Anfang der 1990er Jahre in einer Zeit des Umbruchs gefilmt, die im Film zu spüren ist. Der Zusammenbruch des Ostblocks macht eine Umorientierung auf politischer, wirtschaftlicher und sozialer Ebene notwendig. Alte Gegensätze erscheinen in neuem Licht. Der Film will eine Versöhnung von Gegensätzen, ohne diese aufzuheben (These 6), und sucht auf seine Weise nach einer möglichen Richtung für die Umorientierung. Die Versöhnung der Gegensätze kann auf persönlicher und auf politischer Ebene stattfinden. Beides geht der Film auf subtile Weise an.

Obwohl die Handlung 1979 angesiedelt ist, sind Elemente der 1970er Jahre mit denen der 1980er Jahre und der beginnenden 1990er Jahre vermischt (Shaw 2003: 29). So entspricht das Bild von Havanna während der wenigen Außenaufnahmen den 1990er Jahren. Das Haus, welches Diego und Nancy bewohnen, wurde nach Aussagen von Alea weitgehend unverändert als Set verwendet, davon ausgenommen nur Diegos Wohnung und Abschnitte von Nancys Apartment. Auch Teile der Kostüme und Requisiten waren in den 1970er Jahren nicht erhältlich und sind später zu datieren (García Borrero 1999: 150f.). Der Film gibt keinen spezifischen Zeitpunkt vor, weder diegetisch noch nichtdiegetisch: Wir sehen keine Zeitung, es werden keine Daten erwähnt und auch keine datierten Zwischentitel eingeblendet. Einzig ein 32 Sekunden langer Tonausschnitt aus Fernsehnachrichten, vor denen Miguel und seine Kommilitoninnen im Wohnheim sitzen, ermöglicht eine Datierung, da sie von Anastasio Somozas Flucht aus Nicaragua berichten: Somoza floh am 17. Juli 1979 in die USA (1'13:28 - 1'14:00). Der Film versucht nicht, einen gegebenen historischen Moment so exakt wie möglich nachzustellen, sondern kreiert eine eigene Atmosphäre durch die Verknüpfung von Geschichte und Gegenwart zu einem zeitlosen, aktuellen Geschehen.

La confluencia de tiempos en el presente es la característica más peculiar de Fresa y chocolate, y quizás la que le otorga una dimensión más abarcadora y profunda. Cabe aquí señalar el predominio en la película de la concepción del tiempo como la vida misma del alma que se extiende hacia el pasado o el porvenir, cara a San Agustín, para quien no existen los tiempos pasado, presente y futuro, sino sólo tres presentes. (García Borrero 1999: 150)

Die diegetische Zeit ist linear fließend. Während in der Exposition ein paar Monate vergehen, aus denen zwei spezifische Momente gezeigt werden, sind es im restlichen Verlauf Wochen. Es werden keine Rückblicke, keine Zeitsplitter oder zeitlich nichtlinearen Sprünge verwendet, der Zeitfluss ist konventionell. Dennoch mindert das den Charakter von *Erdbeer und Schokolade* und seine Zugehörigkeit zu Regiefilmen nicht. Der Zuschauer bleibt zwar stets innerhalb der Filmerzählung und wird nicht zeitlich hin- und hergerissen. Gemäß seiner Devise, dass Kino vorwiegend Unterhaltung sei, gestaltet Alea den Rhythmus des Films. Er ist regelmäßig und angenehm, die Schnittfolge langsam. Dem Zuschauer wird die Zeit gegeben, sich auf die Dialoge, schauspielerische Leistung und das detaillierte Set einzulassen und sie zu genießen. Die langsame Kameraführung und Schnittfolge ist dabei entscheidend. Dennoch gibt die genannte zeitliche Unklarheit dem Film zusammen mit der Art und Weise, wie er gefilmt ist, eine gewisse Zeitlosigkeit und erhöht seine Aktualität. Diese Aktualität wird verstärkt durch im Film behandelte Problematiken wie Schwarzmarkt, gegenseitige Überwachung und Diskriminierung von Minderheiten, die auch heute, mehr als zehn Jahre nach Erscheinen des Films, noch bedeutsame Probleme des Regimes sind.

¹⁰⁸ Die Aktualität des Films und der mehrdeutige Ausgang der Handlung sind zwei weitere hier erfüllte Kriterien für einen Regiefilm.

2.2.4.4 Die Polyvalenz der Tonspur

Erdbeer und Schokolade wird durch die langen und wiederholten Dialoge der Protagonisten getragen. Der Film funktioniert in Form der Dialektik. Eine Position (David) trifft auf eine andere (Diego), und in einem langen, kommunikativen Prozess wird eine neue, bessere Position gefunden. Dieser Prozess ist eine Lernphase auch für den Zuschauer, der sich mit David an Diego annähert. Der Zuschauer nimmt Davids Position ein und lernt durch die Gespräche Toleranz, Versöhnung und Freundschaft im politischen wie privaten Bereich kennen und schätzen (These 3). Innerhalb von Diegos Wohnung können sich private Diskussionen mit politischen vermischen, außerhalb sind offene Gespräche nur eingeschränkt möglich.

Die Dialektik des Films funktioniert jedoch auch, wenn die Sprache nicht verstanden wird. Die Fabula bleibt intakt und der Film ist ohne Sprachverständnis abwechslungsreich, das Lernvermögen des Zuschauers ermunternd. Unterhaltsamkeit ist kein Gegensatz zur Anregung des Lernvermögens der Zuschauer, sondern kann sie im Gegenteil erhöhen, da Kreativität Spaß machen kann. Der Film ist auf verschiedenen Ebenen polyvalent. Er kann zum einen ohne Sprachverständnis ganz einfach unterhaltsam sein. Die Gestik und Mimik von vor allem Diego ist latent amüsant, da er sehr übertreibt und seine Homosexualität auslebt. Der Zuschauer versteht hier durch nonverbale Kommunikation, worum es geht. Somit beweist der Film, dass sprachlich hochkomplexe Dinge kommunikativ behandelt werden können ohne Sprache (Kloepfer 1996a).



Abbildungen 22: Peinlichkeit (0:19'33''03), Freude (0:20'30''04), Idee (0:20'32''15)

Die Themen Humanität, Freundschaft, Homosexualität und Toleranz werden ohne Sprachverständnis durch die Visualisierung deutlich. Selbstverständlich ist die gesamte Komplexität des Films nicht zu verstehen ohne Sprache. Jedoch ist das partielle Verständnis erstaunlich umfangreich und dauerhaft verfügbar. Kurze Zeit nach der Rezeption ist die Information, die über Sprache gegeben wird, wie die kubanische Systemkritik oder Gespräche über kubanische Künstler, vergessen. Der Zuschauer erinnert sich an Gesichter, Gesten und Ereignisse mehr als an Worte. Das Verbale ergänzt relativ wenig zur Geschichte über die Freundschaft zweier Männer, von denen der eine den anderen begehrt, ohne dass sein Begehren erwidert würde, und das Erwachsenwerden des Jüngeren. Die Sympraxis des Films wird vorwiegend gestuell hervorgerufen.¹⁰⁹ Der Film ist schauspielergetragen, d.h. beruht allein nicht auf Sprache, sondern auf vielen Systemen (These 6). Die Sprache ist hier ein Geräusch (ein ‚Lall‘) und hat einen Gestus, welcher als solcher wichtiger ist als die gegebene sprachliche Information. Die europäische Logozentrik ist in dieser Filmanalyse unangebracht.

¹⁰⁹ Brecht, Diderot, Kloepfer: *Das Entscheidende ist das kommunikative Gestuelle*.

Andererseits eröffnet die Sprache verschiedene Ebenen, vorwiegend die politische. Der Film kritisiert kubanische Verhaltensweisen, die sich von der Revolution und ihren Zielen entfernen und nur noch auf das eigene Wohlergehen bedacht sind. Viele Kritiken zum System sind in kurzen Bemerkungen ohne große Ausführungen gepackt: *Salieron a hacer colas*. (0:14'27) Diego sagt dies über die Abwesenheit seiner imaginären Mitbewohner. Durch die Darstellung von ‚Schlange stehen‘ als Selbstzweck macht Diego einen Witz über Realitäten im Sozialismus, in dem durch Staatswirtschaft und Rationalisierung triviale Tätigkeiten wie Lebensmittelbesorgen zu langwierigen Unternehmen werden. Im nächsten Moment will Diego die Tür schließen, doch David möchte sie lieber geöffnet halten, um nicht in einer für ihn sichtbar unangenehmen Situation eingeschlossen zu sein. Diego antwortet darauf ironisch: *Como quieras. Así le facilitamos la labor a los vecinos* (0:14'34), womit er sich auf die Überwachung durch Nachbarn bezieht. Kritik im Film ist jedoch mehr als eine Kritik an Kuba und dem kubanischen System. Etwas anderes wird kritisiert und dieses *Andere* macht den Film spannend für den internationalen Zuschauer. Systemkritik zielt hier nicht nur auf den kubanischen Kommunismus, sondern auf radikal orthodoxe Systeme, welche Normalitäten als zwingende Zuordnung zur Wertigkeit implizieren (These 2). So ist die Kritik nicht nur systemkritisch, sondern subversiv (These 4). Aufgrund der subversiven Kraft eines Kunstwerkes werden Künstler in repressiven Systemen hart bestraft, isoliert oder innerlich und äußerlich verstümmelt. Sie drehen die vom System gewollte Ordnung um und sind revolutionär im wahrsten Sinne des Wortes. Alea sucht in seinem Werk weiter nach dem sogenannten ‚neuen Menschen‘, den er in einem verwandelten, gewachsenen David finden möchte. In diesem Sinn ist der Film reaktionär, da er es nicht für möglich hält, dass der ‚neue Mensch‘ aus einer sexuellen Minderheit kommen kann. Diego dient als Tutor, als Lehrer, als jemand, der anders ist und Inspiration sein kann, ohne zur Nachahmung aufzufordern.

Die Hierarchie der Themen stellt rein sprachlich verständliche, wie die politischen, hinter Hauptthemen wie Toleranz. Diego kann gleichzeitig ein guter Kubaner sein, Kommunist, Homosexueller und Intellektueller. Toleranz heißt, Mehrdeutigkeit und Vielseitigkeit zu ertragen, und *Erdbeer und Schokolade* lehrt, das zu ertragen und sowohl spannend als faszinierend zu finden. Die Lust am Erzählen beruht unter anderem auf der Versöhnung von Gegensätzen.

Auch Musik spielt im Film eine wichtige Rolle. Sie verdeutlicht die Stimmung der Protagonisten, unterstützt Mimik und Gestik und gibt der Handlung zusätzliche Bedeutung:

The music is a significant part of the soundtrack; Cervantes' „Farewell to Cuba“ („Adiós a Cuba“) and “Lost Hopes” (“Ilusiones perdidas”) anticipate Diego’s exile from Cuba and his disillusionment with the regime. (Shaw 2003: 25)

Diego hat große Hoffnungen in das Regime und die Revolution gesetzt und für die Erschaffung des neuen Menschen gekämpft. Er erzählt David, dass er mit 14 Jahren an der Alphabetisierungskampagne mitgewirkt hat und Lehrer werden wollte, was ihm aufgrund seiner sexuellen Orientierung aber nicht erlaubt wurde. Das Lied ‚Die verlorenen Hoffnungen‘ von Cervantes bezieht sich jedoch nicht nur auf Diegos Bitterkeit gegenüber der Revolution, sondern auf sein erfolgloses Werben um David. Die Verführung von David gelingt Diego letztendlich nur über die Figur Nancy und heterosexuelle Lust. Er muss David für sich aufgeben, so wie er seinen Wohnort aufgeben wird. Mit dem nostalgischen ‚Lebe wohl, Kuba‘ verabschiedet sich Diego von seinem Verlangen sowohl nach David als auch nach einer lebenswürdigen Existenz auf Kuba. Maria Callas' dramatischer Operngesang rundet die Treffen von David und Diego sowie Diegos schwierige Situation stimmungsvoll ab. Die

Musik dient überdies bei mehreren Gelegenheiten (u.a. 0:17'20 oder 0:36'36) explizit dazu, Gespräche für Nachbarn unverständlich zu machen, und ermöglicht so eine Art Privatsphäre fern der Überwachung durch den Staatsapparat.¹¹⁰

2.2.4.5 Toleranz und Solidarität als Lernziel, Eros als Mittel

Erdbeer und Schokolade ist ein sozialer und politischer Durchbruch auf Kuba. In Folge seiner Popularität werden die Rechte des Einzelnen und die Situation sowie die Rechte von Homosexuellen auf der Insel diskutiert. In einer Zeit der wirtschaftlichen und politischen Krise ruft der Film zu Solidarität unter allen kubanischen Kommunisten für die Durchsetzung und Weiterführung der Ziele der Revolution auf. Soziale Probleme der Revolution wie das eingeschränkte Recht auf freie Arbeitswahl, künstlerische (Un-)Freiheit, die Existenz eines Schwarzmarktes und revolutionäre Überwachung bestehen gemäß Alea 1993 ebenso wie 1979:

The black market has become so generalized that all Cubans, in order to survive, must resort to it in one way or another. And there has always been revolutionary watchfulness ... surveillance is something real ... The best way to counter this problem is, first of all, to become aware that it is an aberration, and then to make fun of it – which is just what the film does. (Alea in: *Cineaste* Volume 21, winter/spring 1995: 17)

Aleas Ansicht nach haben sich zwar die Arbeitschancen Homosexueller im Bildungssystem und die künstlerische Freiheit verbessert. Dies zeigt sich auch daran, dass die Entstehung von *Erdbeer und Schokolade* möglich war und der Film nicht verboten wurde. Jedoch bestand die Diskriminierung von Homosexuellen, Künstlern und anderen Minderheiten weiter.

Das Thema Homosexualität ist im Film kein Selbstzweck, sondern dient zur Verdeutlichung des Überthemas Toleranz. Um Toleranz möglich zu machen, spielt *Erdbeer und Schokolade* mit Eros. Eros ist jenseits der anatomischen Ausstattung im menschlichen Leben und Zusammenleben zentral. Der Film weicht den Gegensatz von Hetero- und Homosexualität auf und zeigt ein weites Spektrum von Eros, welches sich nicht auf Sexualität begrenzen lässt (These 6). Eros wird in allen Systemen gebraucht. Die Sexualität ist nur ein Ausdruck einer Einstellung zur gesamten Wirklichkeit des jeweiligen Lebens. Sie ist hier sekundär, weil Freundschaft, der Respekt und die Toleranz realisiert werden. Der Film strotzt vor Eros, auch wenn wenig sexuell explizite Handlungen zu sehen sind. Vom (politischen, kubanischen) System wird Homoerotik nicht akzeptiert und dazu genutzt, das System zu erhalten, indem es sich Feindbilder aufbaut, gegen die man sich vereinen kann. In diesem Feindbild sind Homosexuelle unnatürlich, verwerflich und krank. Diego stellt diesen Irrtum klar (These 5):

Diego zu David: *¿Porqué me hice Maricón? Porque si. ... A ti te gustan las mujeres. A mí me gustan los hombres. Esto es perfectamente normal. Además ocurre desde el mundo es mundo. No implica que no soy una persona decente ni tan patriota como tu.* (ab 0:57'24)

Toleranz heißt annehmen, dass es ein weites Spektrum menschlicher Emotionen, Einstellungen, Vorlieben und Verhaltensweisen gibt, die nicht für jedermann nachvollziehbar sind. *Erdbeer und Schokolade* schafft es, seinen Zuschauern dies nahezubringen und sie weiterhin von dieser Fülle an Menschlichkeit zu faszinieren. Die Faszination ist dominanter

¹¹⁰ ¡Y todo eso sin música! (0:47'52) ist Nancys entsetzter Ausruf, als Diego über das Verbot der Ausstellung erboht eine Schimpftirade auf das System hält, welche auch außerhalb seiner Wohnung hörbar ist.

Teil der Geschichte (These 3). Sie spielt auf mehreren Ebenen und wird durch die vielfältigen Verführungsangebote, die an David und damit auch den Zuschauer herangezogen werden, ausgemacht. Über das Motiv Verführung, welches die Handlung vorantreibt, wird der Zuschauer spielerisch an das Lernziel herangeführt. Ausgelöst wird Faszination für den europäischen Zuschauer zum einen durch den exotischen Chronotopos: Havanna/Kuba Ende der 70er Jahre. Der Reiz der Entdeckung des Anderen und des Fremden (der Homosexualität wie der Stadt und der Kultur) und die damit verbundene Selbstentdeckung faszinieren. Ein kulturunspezifisches Wirkungspotential entfaltet sich in der Bereicherung, die der Zuschauer erfährt. Eines der Nebenthemen von *Erdbeer und Schokolade* ist die Frage nach kubanischer Identität und was einen ‚guten‘ Kubaner ausmacht. So lernt der ausländische Zuschauer Fragen der *Kubanität* kennen. Religiöse Praktiken, der Hausaltar, kubanische Musik und Stadtlandschaft stellen ein reizvolles Andere dar, welches der Zuschauer entdecken kann. Zum anderen identifiziert sich der Zuschauer gerne mit dem sympathischen, jungen, attraktiven und heterosexuellen Mann. Seine Perspektive ist vielfältig, da er sich in der Erzählung vom unschuldigen Jungen in einer langsamen Dynamik zum ausgewachsenen, kommunistischen und gleichberechtigt denkenden Mann wandelt. Die Erzählperspektive von David kann kubanische Probleme konsumierbar machen. Die exzellente schauspielerische Leistung der Darsteller von Diego und Nancy trägt ebenfalls dazu bei, dass der Zuschauer der Handlung mit Spannung folgt. Das Verhältnis der Protagonisten zueinander erhöht die Spannung. Wird David doch noch homosexuell? Oder wendet er sich Nancy zu? Diverse Spannungen finden gleichzeitig statt, wobei es für das Wirkungsangebot nicht darauf ankommt, ob alle Zuschauer auf den verschiedenen Ebenen gleich reagieren (Kloepfer 1996a), denn die Komposition wirkt als Ganzes.¹¹¹ Die Wechsel im Spannungsrhythmus sind so organisiert, dass ungeachtet der Reaktion des Zuschauers ähnliche Endergebnisse erzielt werden. Die Haltung des Zuschauers ergibt sich aus seiner Identifikation und der Veränderung, die er mit den Charakteren mitmacht. Es ist daher von Bedeutung, dass David nicht von seiner Heterosexualität abkommt, dies erhält die Spannung. Der Rhythmus von Angeboten, antizipatorisch oder entwickelnd etwas zu akzeptieren (oder nicht), ist entscheidend. Die Reaktion des Zuschauers ist je nach Adressatenkompetenz oder -geschichte unterschiedlich, daher die Verwendung des Begriffes Fabula (siehe dazu unter anderem Gliederungspunkt 2.2.4.6).

Verführungsangebote, Faszination und Spannung zeigen sich in der um David kreisenden Konstellation wie folgt:

a) David im Hinblick auf Diego: Hier fasziniert die Konstellation vor allem in Hinblick auf das Motiv Verführung. David ist ein Typ Mann, den Diego ungestraft ‚anmachen‘ kann, eine gewisse Bereitschaft zur Verführung ist gegeben. Es könnte Neugier sein, was Diego an David sieht und ihn dazu veranlasst, überhaupt ein Ansprechen zu versuchen. Oder eine Unzufriedenheit, eine Unterforderung in seiner jetzigen Umgebung, welche ihm zu wenig Stimuli bietet. Eine Gesellschaft, die Homosexuelle ächtet, wie die kubanische oder viele andere, ist intolerant und einengend. Der Film hilft dabei, Homosexualität zwischen Männern oder Frauen akzeptabel zu machen. Er lehrt den Zuschauer, die Anziehungskraft, welche von Diego ausgeht, mit der Figur des David zu erkennen. Denn dem Zuschauer geht es wie David: Er ist anfänglich abweisend und gegen die vielfältigen Verführungsversuche, die auf

¹¹¹ Das menschliche Sprachverständnis funktioniert nach dem gleichen Prinzip: Wir lesen Wörter großteils nicht Buchstabe für Buchstabe, sondern als Ganzes. Wichtig für das Verständnis ist dabei nur, dass der erste und letzte Buchstabe an der korrekten Stelle stehen. (<http://slashdot.org/article.pl?sid=03/09/15/2227256>, letzter Zugriff: 31.10.2003)

mehreren Niveaus (sexuell, intellektuell, künstlerisch, freundschaftlich, erotisch) von Diego gestartet werden. Erst im Verlauf des Films öffnet sich David Diego immer mehr und wird von ihm begeistert (im wahrsten Sinne des Wortes). Faszinierend ist auch, wie David – und mit ihm der Zuschauer – die Verführungsversuche verarbeitet. Die Einschätzung, was mit David wird, ist bis zur 84. Minute, als David mit Nancy anzubandeln beginnt, also bis 20 Minuten vor dem Abspann schwierig: Wird er sich der Verführung ergeben? Wird er homosexuell werden oder es zumindest ausprobieren? Dies erzeugt neben Faszination auch Spannung für den Handlungsverlauf. Diego verführt David letztendlich nicht sexuell, aber intellektuell-künstlerisch und freundschaftlich. Er zeigt ihm andere Dimensionen der Bedeutungen Mann-Sein (Männlichkeit) und Eros. Diego besitzt die Toleranz und Kraft, mit seinen natürlichen Wünschen zurückzutreten und David andere Möglichkeiten der Entwicklung zu geben. So wird er dramaturgisch geschickt angelegt vom Verführer zum Führer. Er führt David in eine neue Welt ein und überlässt ihn dann Nancy. Er ist die Person, die die größtmögliche Toleranz aufbringt, obwohl er dabei leidet. Besonders zu sehen ist dies an der Schlüsselszene ‚Zudecken‘ (1:20’30’’11 - 1:21’22’’04):



Abbildung 23: Diego (1:20’51’’11), David (1:21’01’’11), Diego (1:21’03’’14), Zudecken (1:21’11’’22)

David hat Liebeskummer und kommt zu Diego, um sich zum zweiten Mal, diesmal allerdings wissentlich, zu betrinken. Er vertraut Diego inzwischen so sehr, dass er bei ihm seinen Gefühlen freien Lauf lassen kann, ohne Erklärungen abgeben zu müssen. In seinem Rausch schläft David auf Diegos Sofa ohne Hemd und mit offener Hose ein. Diego sieht David an und die Bewunderung und Sehnsucht stehen ihm ‚ins Gesicht geschrieben‘. Seine Mimik und Gestik drücken gleichzeitig Schmerz aus. Im Schnitt-Gegenschnitt-Verfahren werden hier Diegos Blick, Davids attraktiver Körper und wieder Diego gezeigt. Diego sieht David an, die Kamera verweilt kurz auf seinem Bauch und der offenen Jeans, und schließt dann seine Augen fest. An seinem Adamsapfel ist zu sehen, dass er schluckt (als ob er seine Wünsche herunterschlucken würde). Der Gesamtgestus drückt Verzicht und Leid aus: Diego nutzt die Situation nicht aus und stellt sich zurück. Er akzeptiert Davids Heterosexualität und handelt entsprechend. Einen Schritt weitergehend verzichtet er nicht nur, sondern kümmert sich sorgenvoll und selbstverleugnend um seinen Freund, indem er ihn zudeckt und bei sich übernachten lässt, obwohl er selbst ob der Anwesenheit von David wahrscheinlich nicht schlafen können wird.

b) David im Hinblick auf Nancy: Nancy ist als Frau geschickt erotisch inszeniert, vor allem durch die kurze Badeszene (1:21’20 - 1:21’42). Diese ist ästhetisch so angenehm aufgebaut, dass das religiöse Ritual, welches sie vollzieht, in den Hintergrund tritt und der Fokus auf ihrem nackten Körper liegt (siehe Abbildung Haut). Nancy ist im Halbschatten zu sehen und die Kamera fährt dezent an hier herunter, als ob die Kamera sie streicheln wollte. Nancy wird als begehrtenswerte, reife Frau gezeigt, die David viel bieten kann. Sie möchte David verführen, ohne sich dies zunächst selbst einzugestehen. Sie tänzelt um ihn herum und lächelt ihn an, dringt aber nicht weiter vor. Aus ihrem Verhalten und ihren Worten geht hervor

dass sie sich für zu alt hält. Sie nennt David den kleinen Kommunisten.¹¹² Diego sieht ihr Interesse und mahnt sie an, sich ihm nicht in den Weg zu stellen.¹¹³ So spielt sie nur flirtend mit David, zum Beispiel als sie ihm für die Blutspende dankt, die ihr das Leben rettet (Szene 20). Aber er gefällt ihr¹¹⁴ und als Diego seine Absichten aufgibt, David sexuell zu verführen, und sie bittet, David als ältere und erfahrene Frau zu initiieren, sagt sie zu.¹¹⁵ Die Liebesszene von Nancy und David (Szene 40, 1:28'21''08 - 1:31'26''18) wird durch Diego inszeniert. Er überlässt Nancy buchstäblich David, seine Wohnung und sein Bett. Die Szene ist sehr dezent gedreht und steht im Kontrast zur Exposition,



Abbildung 24: Haut (1:21'30''19)

in der ein privater Moment öffentlich gemacht wird. Der Gestus, welcher dem Zuschauer vermittelt wird, ist ein anderer (Voyeurismus versus Diskretion).

Durch die festliche Dekoration und einen neuen Blickwinkel ist zu Beginn der einleitenden Szene 39 zunächst nicht zu erkennen, dass die Handlung in Diegos Wohnung stattfindet. Der Raum ist abgedunkelt, Kerzenlicht vermittelt eine festliche Atmosphäre, die durch die elegante Kleidung der Figuren betont wird. Intimität wird möglich durch die Kadrierung, die Dekoration und das Licht ebenso wie durch Kameraposition und -führung. Der gefilmte Raum ist durch Balken begrenzt, eingeengt, intim.

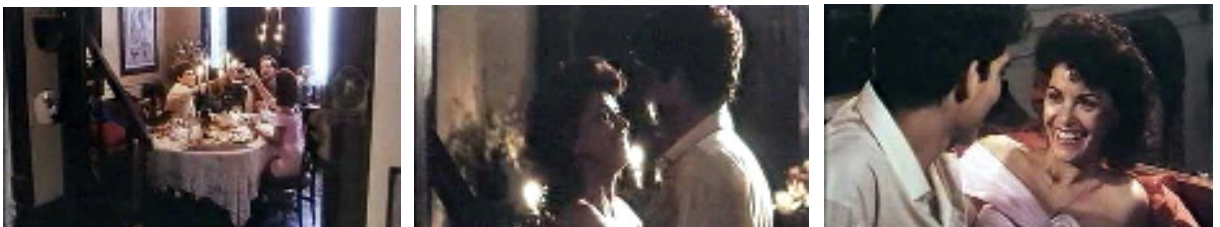


Abbildung 25: Festmahl (1:28'18''04), Tanz (1:29'50''22) und Lächeln (1:28'52''07)

Es handelt sich um Diegos Küche, jedoch ist der gewohnte Hintergrund, die Küchenzeile oder *Rocco*, der Kühlschrank, nicht zu sehen. Hintergrund bilden stattdessen Blumen, eine Photographie von Lezama, dem das Festmahl gewidmet ist, und die Fensterläden mit dem

¹¹² ... *el chiquito comunista* ... (1:05'18).

¹¹³ *Put a de mierda, ¡no te metas en mi camino!* (0:55'25).

¹¹⁴ *Ay Diego, ¡que bonito es!* (1:17'07) *Si, me gusta el chiquito, ¿y qué?* ... (1:20'24).

¹¹⁵ In einer dramatischen Szene (Szene 34) stürmt sie nach Diegos Bitte empört aus der *Guarida* und legt sich zu Hause einen Strick um den Hals. Im Hintergrund ist ein Beatles-Poster zu sehen, ein ungewöhnliches Dekorationsstück für eine angeblich konforme Hauswärterin. Es unterstreicht ihren vielschichtigen Charakter, denn im profilmischen Kontext sind die Beatles zwar nicht verboten, es wird aber als aufrührerisch angesehen, Beatles-Fan zu sein oder ihre Musik zu hören (Ibarra 31.05.03). Nancy besinnt sich in dieser Szene letztendlich eines Besseren und gesteht sich ein, dass sie David begehrt. Hier liegt eine weitere Parallele zum Film *Verehrungswürdige Lügen*, in dem die Figur Nancy den letzten Selbstmordversuch aufgibt, um einen jüngeren Tänzer zu verführen und mit ihm Lebensfreude zu zelebrieren.

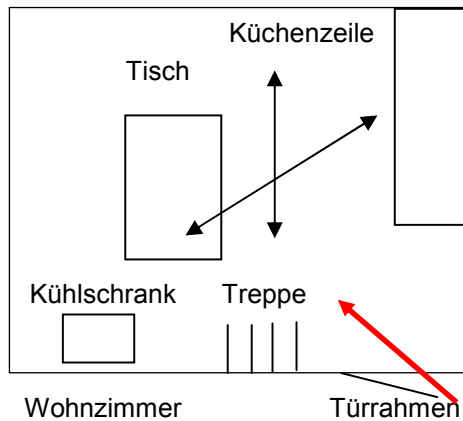


Abbildung 26: Küchenplan, Kameraeinstellungen

durchscheinenden Licht. Dies liegt daran, dass die Kameraeinstellung eine andere als zuvor ist, was die Besonderheit dieser Szene hervorhebt. Bisher wurde auf der vertikalen Ebene gedreht sowie auf der Schräge von links unten nach rechts oben, wie die schwarzen Pfeile verdeutlichen. Der rote Pfeil zeigt die dominante Kameraeinstellung in dieser Szene. Gefilmt wird aus einem schrägen Winkel vom Wohnzimmer aus, der im linken unteren Bildabschnitt undeutlich einen Türrahmen und Holzbalken eines Treppengeländers erkennbar werden lässt (siehe Abb. Tanz, Blume, Balken und Bett).

Großaufnahmen bestimmen die Szene bis kurz vor Ende: Der Zuschauer ist auf der einen Seite nah an den Protagonisten (siehe Abbildungen Lächeln, Blume, Opfertgabe) und darf ihr flirtendes Spiel beobachten. Auf der anderen Seite werden diskret Zwischenräume und Widerstände aufgebaut und verhindern Voyeurismus. Die Stimmung ist entspannt und doch aufgeregt. Ein Liebeslied ergänzt die romantische Stimmung zwischen den beiden Tanzenden. Bevor Nancy sich von David die Treppe hochführen lässt – der Zuschauer ahnt bereits, welches von Diegos Zimmern noch nicht bekannt ist –, nimmt sie die Blume aus ihrem Haar und opfert sie der Jungfrauenstatue: Sie bedankt sich für die Erfüllung eines Wunsches.¹¹⁶



Abbildungen 27: Blume (1:30'50"18), Opfertgabe (1:30'53"09)



Abbildungen 28: Balken (1:31'04"14), Bett (1:31'06"17)

¹¹⁶ Blumen sind im Filmkontext sympraktisch aufgeladen als außergewöhnlich, freundschaftlich und als Opfer- sowie Liebesgaben. Nancy und Diego kaufen sich häufig Blumen oder verschenken sie, selbst wenn sie zu verstehen geben, dass sie es finanziell sich nicht leisten sollten. David nimmt diese für ihn ungewöhnliche Geste auf und schenkt beide Blumen als Zeichen seiner Zuneigung und Wandlung vom Provinzler zum gebildeten Studenten mit Verständnis für Kultur (Szene 43).

Am Türbalken entlangfahrend sieht die Kamera dezent David und Nancy hinterher. Die Szene ist in dezentes Licht gehüllt und Einzelheiten werden eher angedeutet als gezeigt. Die beiden umarmen sich, David öffnet Nancys Kleid und sie lassen sich auf Diegos Bett fallen, welches der Zuschauer zum ersten Mal erblickt. Mehr muss nicht gezeigt werden, damit die Botschaft der Szene übertragen wird: Hier werden zwei Menschen intim. Sexualität ist hier nicht nur ein Akt der Triebbefriedigung, sondern bündelt über den Eros das Menschliche. David und Nancy geht es um mehr als Sexualität, nämlich um menschliche Werte, Freundschaft, Respekt und Sensibilisierung. Davids Gestus ‚Strahlen‘ in der folgenden Sequenz (41) bestätigt seinen positiven Gefühlszustand und die Schönheit seines Erlebnisses.

c) David im Hinblick auf Miguel: Auch hier versucht ein Mann, David zu verführen, diesmal zur Spionage. Miguel ist der dogmatische, linientreue und doch egoistische Politikstudent, der als Einzelner den Parteiapparat verkörpert. Er ist keine sympathische Figur: Er wird als schmieriger, homophober und gerade deshalb homoerotischer Wichtigtuer gezeigt. Er ist seltsam, ohne dass es auf einen Blick fassbar wäre, was komisch oder andersartig an ihm ist. Der Zuschauer beobachtet ihn zum ersten Mal durch einen Spiegel in seinem Zimmer, welches er mit David teilt (Szene 7, 0:25'53"22 - 0:26'49'04). Es könnte die Art sein, wie er mit nassen (oder öligen, jedenfalls glänzenden) Haaren und nacktem Oberkörper da steht und sich bewundert. Oder wie er sich mit einem Kamm in peniblen Bewegungen durch die Haare fährt, sich von David nicht in seinem Herausputzen stören lässt. Wie der Zuschauer ihn durch den Spiegel sieht, während David der Kamera zugewandt steht, oder wie er sich langsam sein Hemd anzieht und der Erzählung von David erst Beachtung schenkt, als er ‚feindliche‘ Stichwörter wie „Religion“, „Botschaft“ oder „Kunstaussstellung“ hört. Vielleicht ist es auch der Kontrast zwischen dem schmalen, blassen David und dem muskulösen, auffälligen Miguel, der Miguel als kuriose Mischung zwischen Gockel/Hetero/Macho und Henne erscheinen lässt. Miguel möchte David dazu bringen, als Spitzel gegen Diego zu arbeiten und diesen zu diskreditieren. David willigt ein, obwohl er sich bewusst ist, dass er nur versucht, seinen Liebeskummer zu vergessen.



Abbildung 29: Miguels Spiegelbild (0:25'53"22), Herausputzen (0:25'54"19), Waschraum (0:40'31"01)

Auch die nächste Szene, in der Miguel zu sehen ist, macht den Zuschauer stutzig.¹¹⁷ David ist übel, weil er bei Diego zu viel Whiskey getrunken hat, und Miguel wäscht ihm lachend den Kopf mit Wasser. Beide sind nur mit Shorts bekleidet. Die Position von Miguel

¹¹⁷ Wer die Originalerzählung von Paz gelesen hat, ist an die Begebenheit in den Umkleidekabinen der Schuljungen erinnert, die der Protagonist Ismael zum Hervorkommen seiner Homosexualität erzählt (in *Erdbeer und Schokolade* unterbricht David Diego entsetzt, als Diego ihm in Szene 6 davon erzählen möchte, wann und wie er seine sexuelle Orientierung bemerkt hat). Der 12-jährige Diego sieht einem kaum älteren Mitschüler beim Duschen zu, ist fasziniert von dessen körperlicher Präsenz und lässt sich von ihm vergewaltigen (Paz 1991: 28f.). Die Verknüpfung zu dieser Filmszene ist nicht nur durch den Ort und die relative Nacktheit der Männer angeregt. Entscheidend ist die Lichtführung der Szene, die der Beschreibung in der Erzählung ähnelt: "Un chorro de luz que entraba de lo alto, más digno de los rosetones de Notre Dame que de la claraboya de nuestro convento de los Hermanos Maristas, lo iluminaba por la espalda ..." (Paz 1991: 29)

hinter David setzt die beiden in einen homoerotischen Kontext, in dem Miguel der Aktivere ist. David bekommt von Miguel einen leichten Schlag auf das Gesäß und wird mehr in das Zimmer getragen als geführt. Die beiden nähern sich jedoch nicht weiter an, sondern reden wieder über die angebliche Dubiosität des schwulen Diegos. Der Zuschauer kann hier annehmen, dass Miguel seine homosexuellen Tendenzen unterdrückt. David fühlt sich von nun an sichtlich unwohl in Miguels Anwesenheit und meidet ihn. In den nächsten vier Szenen (17, 30, 31 und 43), in denen Miguel auftritt, werden seine Zweifel an Davids Treue (zum System oder zu Miguel, fragt sich der Zuschauer) und seine Wut darauf deutlich. Er macht Andeutungen, dass David ‚die Seiten wechselt‘ und homosexuell sein könnte. In seiner letzten Szene wird Eifersucht offensichtlich: Weil sein Plan gegen Diego nicht funktioniert hat, wendet er sich nun gegen das Objekt seiner Begierde (David). Er besucht den Rivalen. Diego kennt Miguel nicht. Er betrachtet ihn zunächst misstrauisch, dann mit Gefallen und frivol. Als Miguel um Einlass bittet und sagt, er wäre ein Freund von David, wird Diegos Mimik besorgt. Miguel will Diego dazu bringen, eine Erklärung zu unterschreiben, die David aus der Universität ausschließen würde. Zunächst ist Miguel ruhig und versucht überzeugend zu sein. Gestik und Mimik sind freundlich und aufgeschlossen.



Abbildung 30: freundlich (1:32'57''09), drohend (1:34'19''04), hilflos wütend (1:35'07''17)

Die Beleuchtung ist der Waschraumszene ähnlich, er ist schräg von hinten hell beleuchtet und scheint attraktiv und männlich. Als die friedliche Taktik nicht funktioniert, wird er drohend. Es kommt zu einem Eklat, bei dem Miguel Diego und den dazugestoßenen David abwechselnd beschimpft und bedroht. Miguel scheint hilflos und wütend ob der Zurückweisung durch David.

d) David im Hinblick auf Vivian. Vivian ist die am wenigsten entwickelte Figur und wird gegenüber Nancy abgegrenzt. Wie Miguel ist sie eine Randfigur, die als solche kontrastiv zu sehen ist. Sie treibt die Handlung voran, indem sie Auslöser für Davids Liebeskummer ist. David ist bitter enttäuscht, als sie ihn nicht heiratet, sondern ein gemachtes Nest bevorzugt. In den Momenten des tiefsten Kummers oder kurz danach ist David offen für Neues: Nach Vivians Hochzeit lernt er Diego kennen und nach Vivians endgültigem Abschied beginnt er sich für Nancy zu interessieren. Der semantische Gestus, der mit Vivian eingeführt wird, ist deutlich. Sie möchte David als jungen Liebhaber gewinnen, der ihr das Leben als Ehefrau an der Seite eines langweiligen Funktionärs versüßt. David will sich nicht auf diese Art gebrauchen lassen. Er erfüllt Vivians Erwartungen nicht: zum ersten Mal, als er nicht im Stundenhotel mit ihr schläft, und zum zweiten Mal, als er sie als verheiratete Liebhaberin ablehnt. Im Hotel ist David noch unsicher über die Erwartungen, welche durch Vivian und der Gesellschaft an ihn gestellt werden, sowie über seine eigene männliche Sexualität und Moral. Die Erwartungshaltung prägt seine Wirklichkeit und sein Handeln. David denkt, Vivians Erwartungshaltung ist die einer Frau, die geachtet und geheiratet werden möchte, und handelt entsprechend. Der Zuschauer hingegen versteht, dass Vivian sich im Hotel zuerst nur geziert hat und David Vorwürfe über seine Intentionen macht, um den Schein zu wahren und nicht als verwerflich zu gelten. Sie ist ebenso überrascht und enttäuscht wie der

Zuschauer, als David von ihr ablässt und den sexuellen Akt verweigert. Als David zu ihr sagt, sie solle sich anziehen, sie würden gehen, sagt sie nur mit zweifelndem Blick ¿Cómo? (0:06'22"19). Keine Träne ist auf ihrem Gesicht zu sehen, auch wenn sie gerade noch geschluchzt hat: Sie hatte ihr Weinen nur vorgetäuscht.

Beständig ist David Verführungsangeboten ausgesetzt, bei denen der Zuschauer mit Spannung erwarten darf, wie sie die Handlung weiter voranbringen werden.

2.2.4.6 Kulturelle Übertragbarkeit der Fabula

Paul Julian Smith nennt die Vorgehensweise von *Erdbeer und Schokolade* und das Rezept seines Erfolges ‚kulturellen Tourismus‘. Er geht davon aus, dass ein Markt für Filme über Homosexualität in einem unbekannten nationalen Kontext existiere. Im konkreten Fall Kubas, so Smith, können Kinogänger ihre ursprüngliche Begeisterung über das kubanische Experiment nostalgisch wiederbeleben und ihre Sympathien für homosexuelle Romanzen zeigen (Smith 1996: 81). Smith nennt seinen Artikel über *Erdbeer und Schokolade* „Cinema as a guided tour“, um zum einen den touristischen Aspekt für den internationalen Zuschauer herauszuheben und zum anderen die seiner Meinung nach übertriebene Ausdruckskraft und Überbetonung des Films zu verdeutlichen. Meine Argumentation zielt darauf, zum einen Smiths Aussagen der Internationalität und Übertragbarkeit zu stützen und zum anderen seiner Kritik zu widersprechen und zu zeigen, dass der Zuschauer hier nicht unterfordert wird, sondern sich aus einem reichhaltigen ästhetischen Sortiment auf verschiedenen Ebenen Wahrnehmungsangebote aussuchen kann. Der Film ist sehr kubanisch und gleichzeitig universell (These 1). Er schafft die Verbindung des Universellen (dass beispielsweise die wenigsten Menschen akzeptieren, dass Homosexualität normal oder sogar genetisch ist) mit dem Kuba einer bestimmten Zeit.¹¹⁸ Das politische Erwachsenwerden Davids – politisch hier im ursprünglichen Sinn von ‚gemeinschaftlich‘, ‚öffentlich‘ und nicht nur auf das konkrete politische Staatssystem Kubas angewendet – ist international berührend, interessant und knüpft an eigene Erfahrungen der Zuschauer an. Ein wichtiges Motiv des Films, Vertrauen, gehört zu den universell verständlichen Inhalten. Diego vertraut David von ihrer ersten Unterredung an und geht damit große Risiken ein, nämlich verletzt, erniedrigt oder sogar inhaftiert zu werden. Im Verlauf der Handlung erfahren wir von Diegos existentiellen Problemen. Davids Schwierigkeiten sind demgegenüber trivial. Diego überspielt seine, während sich David in seine vertieft. Durch Davids Verhalten im Verlauf der Handlung erfährt der Zuschauer mehr und mehr, wie tolerant, vertrauend und mutig Diego ist. Diego lässt David seinen eigenen Weg finden. David erwidert dieses Vertrauen zunächst nicht und erweist sich ihm durch den Vertrauensbruch mit der Bespitzelung als nicht würdig. Erst ab der 41. Minute beginnt auch David, sich zu öffnen, um in der 63. Minute Diego zögerlich seine Texte zu übergeben und ihn damit endgültig als Tutor zu akzeptieren. David holt die Mappe mit seinen Texten aus einer verschlossenen Holzkiste, als er allein in seinem Studentenzimmer ist. Es wird deutlich, auch durch das Bett im Untergrund, dass hier ein sehr privater Bereich von David berührt wird. Bei Diego angekommen, macht David eine Vorrede über die Unvollständigkeit und Fehlerhaftigkeit seiner Werke und hält sich an seiner Mappe fest, rückwärts vor dem neugierigen und

¹¹⁸ Erneut verweise ich auf das Motto des Romantikers und Poeten Friedrich von Hardenberg: *je subjektiver, desto universaler*.

erfreuten Diego zurückweichend. Diego muss ihm versprechen, seine Texte keinem zu zeigen, und ihm die Papiere fast aus der Hand reißen:



Abbildung 31: Texte (1:01'25''05), Zögern (1:03'32''01), Übergabe (1:03'45''24)

Diese Szene liegt kompositorisch geschickt nach der Szene, in der Germán im Streit mit Diego seine Statue in dessen Wohnung zerschlägt. Der Kontrast verstärkt den schüchternen, vertrauenden Gestus von David. David lernt, Diegos als Ganzen mit seiner Homosexualität zu tolerieren und Respekt als Wert zu akzeptieren. Diesen Respekt fordert Diego mehrmals von David. Diego verlangt ihn für seine Person, weil er sich als guten Kubaner und Revolutionär sieht und so behandelt werden möchte (*No impide que yo sea una persona decente ni tan patriota como tu.* 0:57'53). Er fordert seinen Freund jedoch auch zu Respekt vor sich selbst und seinem schriftstellerischen Talent auf (*¡Compañero! ¡La vocación se respeta!* 0:45'28). Um Respekt zu lernen, muss David beginnen, seine Sensibilität als Schriftsteller und Mann zu würdigen, ohne sich selbst als Weichling oder Homosexuellen missachten zu müssen. Der Gegensatz von Homosexueller versus Macho, Weichling versus ‚echter Mann‘ wird in diesem komplexen Lernprozess versöhnt (These 6). David kann sich als jungen, sensiblen und gutaussehenden Mann sehen, der seine Sexualität deswegen nicht anzweifeln muss, wie es vielleicht das Kollektiv – stellvertretend Miguel (1:34'58) – tut.

Mit dem wachsenden Vertrauen zu Diego wandelt sich Davids Toleranz von Homosexualität in Akzeptanz, welche im Rollentausch in der *Coppelia* (ab 1:40'30) kulminiert. David verkörpert hier spielerisch Diego bei ihrer ersten Begegnung. Diego sieht erst überrascht zur Seite, da sie sich in einem öffentlichen Raum befinden, bevor er sich wieder zu David wendet *¡Que bello eres David!* (1:41'06). In vorhergehenden Szenen reagierte David stets mit Abneigung und Aggressivität auf Komplimente und Annäherungsversuche, hier hingegen nimmt er das Kompliment lächelnd an und hält die erotische Spannung aus. Sein Lächeln ist warm und offen, fast könnte es verliebt sein, wäre nicht durch den Über-die-Schulter-Blick Diego als Gesprächspartner zu sehen. Als Diego



Abbildung 32: Akzeptanz (1:41'10''21)

weiter sagt: *El unico defecto que tienes es que no eres maricón* (1:41'08), antwortet David nur, dass niemand perfekt sein kann. Endgültig abgeschlossen ist Davids Wandlung vom einfältigen, linienblinden Jungen zum erwachsenen, politisch eigen denkenden Bürger durch die folgende Umarmung der beiden Männer.

Konkret können Kubaner den Film durchaus sehr differenziert rezipieren im Vergleich zu Europäern (so wie sich jedes Individuum eine subjektive Fabula konstruiert), *Erdbeer und Schokolade* vermittelt jedoch als Ganzes Humanität (These 3). Viele der Kommentare und Bemerkungen zu kubanischen Realitäten werden den internationalen Zuschauern verborgen bleiben, da sie nicht das notwendige Hintergrundwissen besitzen. Das macht den Film nicht unverständlich, da das Syuzhet durch Mimik und Gestik bereits erfasst wird (siehe 2.2.4.4). Vielmehr macht es den Film für verschiedene Zuschauergruppen interessant. Sie können ein ihnen bekanntes Kuba humorvoll wiederentdecken, ein unbekanntes Kuba kennenlernen und auch bei mehrmaliger Rezeption des Films immer wieder neue Details erschließen.

Die Atmosphäre in *Erdbeer und Schokolade* entsteht in entscheidendem Maß durch die Verwendung von Kunst. Schauspielerische Leistungen werden umrahmt von der Architektur Havannas, Gemälden, Skulpturen, Photos von Künstlern und Persönlichkeiten, Abbildungen, internationaler Literatur und kubanischer Musik. Sie lassen die Stimmung der Geschichte fühlbar werden und werten im Film Kubas vorrevolutionäre Kunst auf. Schlüsselszenen sind vielseitig durch Kunst aufgeladen und können als weitere Bereicherung für den Zuschauer gesehen werden. So wie das politische System Kubas einengend ist, ist die Kunst erweiternd. Sie eröffnet über Fiktion Freiheit. Über Kunst lässt sich David durch Diego zuerst verführen. Sein Interesse wird eingangs durch seltene Bücher geweckt. Kunst ist hier ein Lockmittel, welches von Diego schamlos genutzt wird, um eine Wette mit Germán zu gewinnen. David begleitet Diego – noch misstrauisch – nur in die *Guarida*, um Photos einer Theatervorstellung zu sehen, bei der er mitgewirkt hat. David scheint sich unbewusst eingeengt und in seinen Kompetenzen nicht genutzt zu fühlen, unter anderem da er sein schriftstellerisches Talent nicht respektiert und benutzt. Kunst wirkt hier gegen die Normativität des Systems, dem David anfänglich Dankbarkeit und alleinige Wertigkeit zuspricht (im Sinne des Fidelschen ‚wer nicht für mich ist, ist gegen mich‘) genutzt. David denkt, nur durch das System studieren oder Theater spielen zu können. Er schließt daraus, dass er daher ausschließlich für das System studieren darf, nicht für sich und seinen Interessen entsprechend, weil er sich sonst gegen seine Wohltäterin, die kubanische Revolution, richten würde. Die Befreiung von dieser falschen Schlussfolgerung erfolgt durch Kunst (These 6). Durch seine Bekanntschaft zu Diego sieht David Havanna mit anderen Augen, als ob er seinen Wohnort neu kennenlernt, so wie der Zuschauer Havanna entdeckt. Mit David lernt der Zuschauer zu verstehen, dass Diego wie Kuba viele kunstreiche Facetten hat. Kunst ermöglicht dem diskriminierten Diego eine lebenswerte Existenz. Sie hilft ihm, die Einengungen, die ihm sein Lebensraum vorgibt, zu ertragen. Kunst als im Zentrum des Lebens enthaltener Teil thematisiert sich nicht zufällig selbst. Sie ist zwingend Teil der Erzählung.

Ein zentraler Teil der Kunstdiskussion im Film dreht sich um Germáns Skulpturen und seine geplante Ausstellung. Die Funktion der Skulpturen ist mehrdeutig. Die katholisch barocken Skulpturen sind gleichzeitig Kunstobjekte und Vermittler von religiösen Vorstellungen. Germán macht die Statuen unter anderem, um beruflich weiterzukommen und zu überleben. Inwieweit sind seine Skulpturen Kunst, wenn sie nicht um der Kunst, sondern der Karriere willen gemacht sind? Auf der einen Seite wirken sie barock und werden – wie z.B. in Polen – als Schild gegenüber dem Kommunismus genutzt. Auf der anderen Seite steht der vertraute Umgang der Figuren mit den Skulpturen im Gegensatz zu der traditionell katholischen Heiligenverehrung, die Ehrfurcht verlangt. Der internationale Zuschauer wird die

Darstellung von Religion im Film interessant finden, da sie seine gelernten Bilder und Einschätzungen von Katholizismus herausfordern. Die kubanische Mischreligion ist allerdings ein untergeordnetes Thema und wird als solche nicht direkt angesprochen.¹¹⁹ Davids Atheismus wird im Filmverlauf nie angezweifelt. Er nähert sich in anderen Bereichen wie Kunst, Literatur, Musik oder menschlich Diego und Nancy an. Er toleriert deren Glauben, ohne selbst gläubig oder zum Agnostiker zu werden. Am weitesten entwickelt wird das Thema Religion über Nancy. Sie lebt mit den Heiligen und spricht zu ihnen, vor allem zur Heiligen Barbara, als ob sie Mitmenschen wären. Nancy bittet die Heiligenfiguren um Gefallen, bestraft sie durch Schimpfen sowie ausbleibende Opfergaben, wenn sie Wünsche nicht gewähren, und belohnt sie bei erfüllter Mission. Zudem legt sie Tarotkarten, benutzt Medien wie Schamanen, um mit den Göttern/Heiligen zu kommunizieren, und bedient sich Voodoo-Praktiken (Das Waschritual), um David für sich zu gewinnen. Der Zuschauer fragt sich, wie sie gleichzeitig als Hauswärterin den Staatsapparat verkörpern, als Schwarzhändlerin dagegen arbeiten und als Gläubige eigentlich weder das eine noch das andere mit ihrem Gewissen vereinbaren kann. *Erdbeer und Schokolade* kann es sich leisten, Themen anzusprechen, ohne sie auszuführen und zu erklären. So lässt er den Zuschauer in der Schwebelage und gibt ihm Anregungen und Ansätze zum Nachdenken. Uneindeutigkeiten können frustrierend, aber auch sehr spannend wirken, wenn sie geschickt inszeniert sind, wie es hier der Fall ist.

Deborah Shaw gibt in ihrem aufschlussreichen Artikel *Alea's Changing Images of the Revolution* verschiedene Ansätze der konkreten Analyse zur Funktion der Skulpturen von Germán. Sie überträgt den Symbolismus um die geopfert Figur Jesus auf Diego als Opfer der Revolution:

The Christ figure appears to provide a cross for Diego as the statue's outstretched arm is seen behind the seated Diego, all to a soundtrack of María Callas, the suffering opera diva. The symbolism is clear: Diego as a Catholic, a homosexual, and a promoter of high, marginalized culture, has been sacrificed in the quest for a cultural and sexual orthodoxy. (Shaw 2003: 27)

Ferner identifiziert sie in einer der Figuren Karl Marx, dargestellt als Mitglied der Heiligen Familie. Diese Figur ist es, die Germán im Streit mit Diego zerstört.

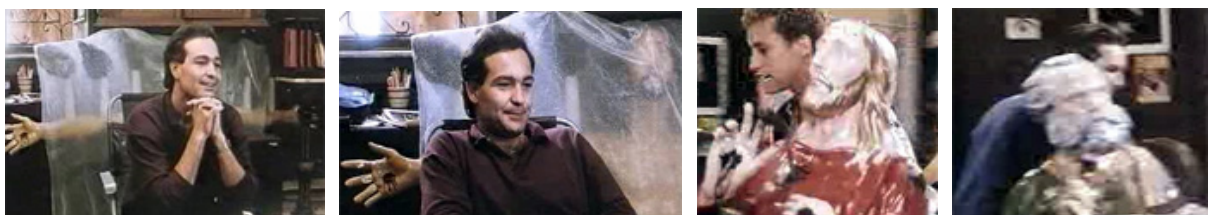


Abbildung 33: Diego als Christus (0:21'41"08) und (0:25'00"22), Germán und Christus (1:01'29"13), Diego und Marx (1:01'30"06)

Die beiden Freunde streiten über die Ausstellung. Während Diego die Skulpturen in kompletter Anzahl oder gar nicht zeigen will, ist Germán bereit, seine Kunst zu kompromittieren und einige Skulpturen zurückzuhalten, um nach Mexiko reisen zu dürfen. Germán verliert die Fassung und wiederholt mehrfach, dass die Statuen einzig sein

¹¹⁹ Das Thema Mischreligion wird unter anderem ausführlicher behandelt in *La Vida es Silbar (Das Leben, ein Pfeifen)*, Kuba, Fernando Pérez, 1998). Religion ist hier verbunden mit der Geschichte Kubas, der Vermischung verschiedener Kulturen und der Musik der Insel. Der Protagonist Elpidio Valdés und die Protagonistin Mariana stehen in enger Verbindung mit Heiligenfiguren, welche ihren Alltag bestimmen. Elpidio betet die Heilige Barbara, wichtigste Heiligenfigur der karibischen Mischreligion *Santería*, an und wird in Verbindung mit dem Gott Changó gebracht, während Mariana vorwiegend in Kirchen die Heilige Jungfrau anbetet. Eine übernatürliche und unerklärliche Kraft lenkt die surreale Handlung des Films und Anklänge an magischen Realismus sind zu finden.

Eigentum seien.¹²⁰ Er pocht auf individuelle Rechte und zieht sich somit aus der künstlerischen Gemeinschaft mit Diego und anderen Künstlern und von einem gemeinschaftlichen Projekt zurück. Er kollaboriert mit einem System, welches ihn unterdrückt. Shaws These ist, dass es die Marxfigur ist, die das System nicht toleriert:

The authorities have said that the work can be shown if some of the sculptures are dropped, presumably referring to the image of a Christianized Marx, clearly blasphemous in communist (and Catholic) terms. ... Marx is wearing a crown of thorns, as the bourgeois artists, represented by Diego and Germán, have rejected his beliefs. Likewise, Jesus has been sacrificed, killed again by atheist revolutionaries. (Shaw 2003: 27)

Der Film zeige in dieser Szene den Kampf einer marxistischen Gesellschaft mit Religion, die es in 20 Jahren Kommunismus nicht geschafft hat, die tief in die kubanische Bevölkerung verankerten religiösen Glauben und Praktiken auszutreiben, konkludiert Shaw.¹²¹ Der Zuschauer hat durch die unsympathische Darstellung von Germán kein Verständnis für ihn und wendet sich eher ab, Diegos Position einnehmend. Dies bestärkt den Aufruf des Films zur pluralistischen Gesellschaft. Die Szene der Auseinandersetzung zwischen Germán und Diego verstärkt auch das Gefühl, dass Diego immer wieder gegen Mauern anrennt: Selbst seine Freunde wenden sich von ihm ab. Die Heftigkeit des Streits ist zunächst unverständlich und abstoßend. Germán erkennt die Relation zwischen seiner Ausstellung und den größeren gesellschaftlichen Zusammenhängen nicht an und denkt ausschließlich an sein persönliches Weiterkommen. Dadurch werden Diegos Charakterstärke und sein Kampf für seine persönlichen Überzeugungen weiter aufgewertet. Der Kampf um die Ausstellung ist es letztendlich auch, der Diego arbeitslos macht, da er in Folge seines Protestbriefes entlassen wird und keine weitere Anstellung im Kultursektor erhalten wird.

David akzeptiert Diego als Tutor für ‚seine Kunst‘ (seine Texte). Wie ein Lehrer oder ein Therapeut wird Diego überflüssig, sobald der Schüler oder Patient an sein Ziel gekommen ist. Als David Diego gehen lassen kann, löst sich auch die Mehrzahl der Zuschauer von Diego: Der Film schlägt damit vor, dass David der ‚neue Mensch‘ werden kann. Diego kann Teil haben an der Revolution und solidarisch akzeptiert werden, nicht aber Vorbild sein. Als Einzigem bleibt Diego die Erfüllung seines Traumes/Zieles (These 7) verwehrt. Er wird in der kubanischen Gesellschaft weiterhin nicht akzeptiert und muss ausreisen, auch wenn David als Individuum einen Einstellungswechsel vorgenommen hat. Würde sein Traum im Sinne eines (unrealistischen) *Happy Ends* erfüllt, würde die Appellfunktion des Films leiden und der Anstoß zum Nachdenken und Verändern an den Zuschauer wäre geringer. Die anderen Protagonisten hingegen kommen ihren Zielen näher. Vivian ist finanziell abgesichert und lebt in Italien. Germán darf in Mexiko seine Ausstellung begleiten. Nancy findet mit David zumindest für die filmische Gegenwart Liebe und Partnerschaft, und David kommt einer besseren Gesellschaft in dem Maße näher, in dem er selbst zum menschlicheren politischen Wesen wird. Davids *Happy End* mit Nancy ist vielfach kritisiert worden.¹²² Meiner Meinung nach ist es aber wichtiger Bestandteil der Erzählung und kennzeichnet den Film als

¹²⁰ *Son más, son más, son más ...* (1:02'07).

¹²¹ Auch hier vermischen die Filmemacher aktuelle Themen mit Problemen Ende der 1970er Jahre, in denen die Handlung des Filmes angesiedelt ist. Die Datierung der Handlung ist unter anderem aufgrund der Vermischung der Themen strittig (Yglesias in García Borrero 1999: 150ff.).

¹²² „La relación entre Nancy y David al final de *Fresa y Chocolate* recalca demasiado el consabido *happy ending* de los amantes „heterosexuales“ en la felicidad del joven que encuentra a la „mujer que necesitaba“, mientras el homosexual queda en una situación de desgracia y soledad. El extremo regocijo de David cuando le cuenta a Diego, quien está a punto de partir, cuán bueno es hacer el amor con una mujer, me parece que va contra el tono y el objetivo que la película parece mostrar en otros momentos. (Emilio Bejel, Casa de las Américas, La Habana, 1994)“ in: Fornet 1998: 245.

Unterhaltungsfilm. Es bestärkt die anvisierte Zielgruppe und vermindert die Botschaft des Filmes nicht.

Die Übertragbarkeit der Fabula macht den Film für viele Zuschauergruppen interessant, auf nationaler wie internationaler Ebene. Er richtet sich vorwiegend an ein städtisches Publikum, welches künstlerisch interessiert ist und an anspruchsvollem, ästhetisch hoch aufgeladenem Inhalt Freude findet. Die Zielgruppe ist hauptsächlich heterosexuell, muss aber, um in die Erzählung eintauchen zu können, so offen sein, dass sie sich teilweise mit einem homosexuellen Charakter identifizieren kann. Dies wird dem Publikum dahingehend erleichtert, dass Diego ein attraktiver, offener und intelligenter Charakter ist:

Attractiveness is one of the qualities the character needs in order for the spectator to identify with him. An empathy needs to be established between the gay character and the viewer. (Alea in: Cineaste Volumen 21, Winter/Frühling 1995: 18)

Der Zuschauer wird im Film nicht wie in den meisten großen Hollywoodproduktionen unterfordert. So z.B. sagt Diego, er sei Photograph (0:11'34"17), und es sind Photos bei ihm zu Hause zu sehen. Sein Beruf wird allerdings nicht mehrfach abgesichert durch Photoapparate und -zubehör. Langeweile beim Zuschauer wird so vermieden. Vielmehr ist es eine Anregung an den Zuschauer: Kreativität wird durch das Aushalten von Nichtwissen und Nichtverstehen im ersten Moment erzeugt. In diesem Sinn geben Alea und Tabío dem Publikum die Möglichkeit, kreativ zu werden. Sie sprechen die Einladung aus, eine offene, fragende Situation als solche anzunehmen. Ein gutes Mysterium wirkt in einem Film, wenn es so gemacht ist, dass es am Ende stehen bleibt.

2.3 *Amores Perros*: Liebe – auf den Hund gekommen?¹²³

Eckdaten: *Amores Perros* – Was ist Liebe? Mexiko 2000, 147 min, 35 mm, OV, Regie: Alejandro González Iñárritu, Produzenten: Francisco Gonzalez Compean und Martha Sosa (Zeta Film), Buch: Guillermo Arriaga Jordán, Kamera: Rodrigo Prieto, Produktionsdesigner: Brigitte Broch, Produktionsmanager: Tita Lombardo, Kostümbildner: Gabriela Diaque, Tondesigner: Martin Hernandez, Musik: Gustavo Santaolaya, Verleih: X-Verleih

Schauspieler: Emilio Echevarría (El Chivo), Gael García Bernal (Octavio), Goya Toledo (Valeria), Alvaro Guerrero (Daniel), Vanessa Bauche (Susana), Jorge Salinas (Luis), Marco Pérez (Ramiro), Rodrigo Murray (Gustavo), Humberto Busto (Jorge), Gerardo Campbell (Mauricio), Rosa María Bianchi (Tía Luisa), Dunia Saldívar (Susana's Mutter), Adriana Barraza (Octavio's Mutter), José Sefami (Leonardo), Lourdes Echevarría (Maru), Laura Almela (Julieta), Ricardo Dalmacci (Andrés Salgado), Gustavo Sánchez Parra (Jarocho), Dagoberto Gama (Alvaro), Gustavo Muñoz (El Chispas), Carlo Bernal (Javier), Rodrigo Obstab (El Jaibo)

Plot-Zusammenfassung:

Amores Perros erzählt drei bittere „Liebes“geschichten im heutigen Mexiko-Stadt: die Geschichte von Octavio, der in seine Schwägerin Susana verliebt ist, die vom verheirateten Daniel, der seine Frau wegen des spanischen Models Valeria verlässt, und die von El Chivo, der seine Tochter Maru für die Revolution aufgegeben hat. Verknüpft sind die Erzählstränge durch einen Autounfall, der das Leben aller Parteien verändert. Eine weitere Verknüpfung der Geschichten findet sich in der Darstellung der Beziehungen der Protagonisten zu ihren Hunden.

2.3.1 Alejandro González Iñárritu¹²⁴

Alejandro González Iñárritu, geboren in Mexiko-Stadt 1963, kommt vom Radio über das Fernsehen zum Film. Nach Abschluss eines Studiums der Kommunikationswissenschaften ist er bereits mit 23 Jahren Regisseur, Produzent und Discjockey von WFM, einem großen mexikanischen Rock-and-Roll-Radiosender (Cuik 2000: 305). Beruflich sehr aktiv, wechselt er 1987 vom Radio zum Fernsehen und ist beim Fernsehsender Televisa tätig. Er filmt den TV-Film *Mágica Digital* und komponiert Filmmusik, arbeitet jedoch vorwiegend im Bereich Werbung und Musikvideos. Zwischen 1988 und 1990 dreht er zusätzlich sechs Kurzfilme und organisiert Musikkonzerte bekannter Gruppen.¹²⁵ 1991 gründet Iñárritu die Werbeagentur und Produktionsfirma Zeta Film, welche Hunderte von Werbefilmen sowie *Amores Perros*, *Powder Keg* (2001), *11'09''01* (2002) und *Babel* (2006) produziert. Obwohl Iñárritu vorher bei keinem Spielfilm Regie geführt hat, hat seine Medienerfahrung im Bereich Werbung, Radio und Fernsehen wesentlich zum internationalen Groß Erfolg von *Amores Perros* beigetragen. Die Ästhetik von *Amores Perros* passt zu der Ausbildung eines Werbefilmers und Discjockeys: Die Aufmerksamkeit des Zuschauers wird rasch geweckt und durch schnelle Schnitte und dominanten Soundtrack gehalten. *Amores Perros* hat Premiere im Mai 2000 auf dem Cannes-Filmfestival und gewinnt dort den ersten einer Reihe von mehr als 30 internationalen Filmpreisen, auf die seine Werbekampagne gründet und die in der Nominierung zum Oscar gipfelt. In einer Zeit, in der die meisten mexikanischen Spielfilme in

¹²³ Die letzte Überarbeitung dieses Teilkapitels entstand nach Anregungen aus Klopfer 2006b.

¹²⁴ Die folgenden Ausführungen basieren auf Cuik 2000 und eigenen Angaben der Filmemacher auf ihrer Internetseite www.amoresperros.com sowie auf der Kommentarspur der DVD.

¹²⁵ Vgl. Cuik 2000: 306, und www.wdr.de/tv/kulturweltspiegel/20011028/1.html, letzter Zugriff: 29.10.2006.

ihrer Heimat um Zuschauer kämpfen müssen, wird *Amores Perros* 2001 zum meistgesehenen Film in Mexiko.

Der Erfolg von *Amores Perros* macht Iñárritu einen Umzug nach und eine Karriere in Los Angeles möglich. Dort hat er 2002 mit einer 11-minütigen Episode („Mexico“) zu *11'09"01*, einem filmischen Verarbeitungsversuch der Geschehnisse des 11.09.2001 in den USA, beigetragen. In seiner Episode arbeitet er fast ausschließlich mit Ton: Er schneidet Teile von Reportagen über das Unglück, schwere Musik und Anrufbeantworternachrichten, hinterlassen von in den Türmen oder Flugzeugen eingeschlossenen sterbenden Menschen, nacheinander. Der Bildschirm bleibt dabei die meiste Zeit schwarz, als könne das Grauen zwar in Worte, nicht aber in Bilder gefasst werden. Die wenigen Bilder, die zu sehen sind, sind Fernsehausschnitte von den beschädigten Zwillingtürmen in New York, bei denen unter anderem aus dem Gebäude in den Tod springende Menschen undeutlich zu erkennen sind. Die Atmosphäre ist betroffen. Wie auch Teile von *Amores Perros*, erinnert seine Episode in der Ästhetik an ein MTV- und Musik-Video. Iñárritus Selbstverständnis passt zum Regiekinokonzept: Er bietet einen gebrochenen und subjektiven Blick von Welt und Kino. In seinen zahlreichen Interviews und Aussagen wird deutlich, dass er sich als Künstler sieht, dem die entscheidende Rolle bei der Gestaltung des Films zukommt und der die Zuschauer lenkt. Dementsprechend inszeniert er sich als Autorenfilmer.¹²⁶

In 2003 folgt wieder aus den USA *21 grams*.¹²⁷ 21 Gramm soll – wissenschaftlich nicht nachgewiesen – das Körpergewicht sein, das Menschen beim Sterben verlieren: die Seele? Die Synopsis des Films liest sich wie eine Fortsetzung zu *Amores Perros*: Der Film beschäftigt sich mit dem Leben dreier Personen, deren Schicksale sich durch einen dramatischen Unfall verbinden. Das Drehbuch ist erneut in Zusammenarbeit mit Guillermo Arriaga entstanden und auch Schnitt sowie Ästhetik ähneln Iñárritus erstem Spielfilm.¹²⁸ Für *21 grams* kann Iñárritu eine für ‚independent‘-Filme bekannte Starbesetzung gewinnen: Der todkranke Paul (Sean Penn) hofft, dass ein Spenderherz sein Leben retten wird; die Ehefrau und Mutter Christina (Naomi Watts) muss einen großen Verlust verkraften; und dem Ex-Strafgefangenen (Benicio Del Toro) wird erneut der Boden unter den Füßen weggerissen. Der Film ist offensichtlich als Iñárritus Einführung in den nordamerikanischen Markt inszeniert und wirkt wie ein nordamerikanisches Remake von *Amores Perros*; er hat den Zuschauern, die seinen ersten Film gesehen haben, nicht viel Neues zu bieten. *21 grams* wird für zwei Oscars nominiert und gewinnt Festivalpreise¹²⁹, jedoch weitaus weniger als *Amores Perros*. Als Nächstes arbeitet Iñárritu laut *International Movie Data Base* an einem Gemeinschaftsprojekt ähnlich dem von *11'09"01*, genannt *Paris, je t'aime*. Sein Segment *Quartier Latin* wird letztendlich jedoch von Gérard Depardieu übernommen und war im Mai 2006 in den französischen Kinos zu sehen. Iñárritu hat sich stattdessen dem Spielfilm *Babel* gewidmet, welcher Ende 2006 in den USA aufgeführt wird und circa 18 Mio. US-Dollar allein

¹²⁶ Siehe dazu u.a. den Filmkommentar Iñárritus auf der DVD *Amores Perros* (special features); die offizielle Internetseite des Films www.amoresperros.com, welche bis Mitte 2002 freigeschaltet (Ausdruck vom 10.03.2002) und die zum Großteil bis 2004 auf der Seite des Verleihers Lionsgate zu finden war (<http://lionsgatefilms.com/amoresperros/html/>, letzter Zugriff: 22.04.2004); Cuik 2000; ein Interview mit dem englischen Fernsehsender BBC (http://www.bbc.co.uk/films/2001/05/03/alejandro_gonzalez_inarritu_interview.shtml, letzter Zugriff: 16.08.2003) und das Manifest der *Tequila Gang*, deren er zu dem Zeitpunkt angehört (Fuguet 2002: 100-106).

¹²⁷ Siehe <http://www.21-grams.com/>, letzter Zugriff: 22.06.2004.

¹²⁸ Laut eigenen Aussagen wurde das Drehbuch auf Spanisch geschrieben und die Handlung sollte in Mexiko-Stadt stattfinden, doch hat sich das 20-Millionen-\$-Projekt für den lateinamerikanischen Markt als nicht realisierbar erwiesen. (<http://www.21-grams.com/>, letzter Zugriff: 22.06.2004)

¹²⁹ Siehe <http://www.imdb.com/title/tt0315733/awards> letzter Zugriff: 22.06.2004.

in den Kinos der USA einspielt. Das Team Iñárritu, Drehbuchschreiber Guillermo Arriaga und Kameramann Rodrigo Prieto hat diesmal mit internationaler Hollywood-Starbesetzung (Bratt Pitt, Cate Blanchett und dem inzwischen international bekannten Gael García Bernal) gefilmt. Thematisch und strukturell steht *Babel* seinen beiden Vorgängern nahe, wieder geht es in drei Erzählsträngen um das Überleben drei verschiedener Personengruppen. Zu- und Unfall, Angst, Verzweiflung und Kommunikationsunfähigkeit sind beherrschende Motive des Films.¹³⁰ Iñárritu hat seine Strategien konsequent weitergeführt. Das Budget von *Babel* ist höher (geschätzte 25 Mio. US-Dollar), die Schauspieler bekannter, die Schauplätze über den Globus verteilt und die Motive aktuell. Der Film wird in Cannes uraufgeführt und bringt dem Regisseur drei Preise und die Nominierung zu einem weiteren ein. Diese Preise sind Ausgangspunkt einer weit angelegten Werbekampagne. Als Iñárritu den Preis für den ‚best director‘ in Cannes annimmt, spricht er von seiner Trilogie, welche mit *Amores Perros* in Cannes beginnt und nun mit *Babel* endet.

2.3.2 Das Projekt: das Prinzip Chaos in Mexiko-Stadt

Die Idee zum Film entsteht in Zusammenarbeit mit Drehbuchautor Guillermo Arriaga und ist ursprünglich als eine Aneinanderreihung von Kurzfilmen zum widersprüchlichen und ungeordneten Charakter von Mexiko-Stadt gedacht.¹³¹ In der Endfassung werden statt der vorgesehenen elf drei Erzählstränge isoliert und durch einen Autounfall verknüpft. Der Film hat Anlehnungen an eine Apokalypse, welche von einer Vision des Weltuntergangs und der neuen oder verwandelten Welt berichtet. Als Metapher auf den Film angewendet, werden entsprechend dem Wort apokalyptein in diesem Filmprojekt menschliche Schwächen in der Megametropole aufgedeckt. Der Weltuntergang, das heißt das Scheitern der Protagonisten wird im ersten und vielleicht auch im zweiten Erzählstrang ausgeführt und die Provokation einer radikalen innerweltlichen Veränderung durch den dritten Erzählstrang in Aussicht gestellt. Thematisch werden die Erzählstränge um grundsätzliche menschliche Charaktermängel gewoben und Parallelen zu biblischen Geschichten eingebaut. Zentrales Motiv zur Verdeutlichung ist die Beziehung der Menschen zu ihren Hunden (Smith 2003: 11). Hunde sind grundsätzlich umgeben von einem „ambivalenten Metaphernfeld, das zentral für den Menschen gebraucht wird: Niedrigkeit, Niederträchtigkeit, Unterdrückung, Unmenschlichkeit vs. Treue, Dienstfertigkeit“ (Kloepfer 2006b: 1). Der Film spielt mit dieser Ambivalenz, den Hunden zugeordneten Werten und deren Umkehrung (Perversion). Er nutzt die Spannungsweite der Metaphern für sich und seine Zuschauerwirkung. Der Film dreht sich um Mexiko-Stadt, seine Bewohner und deren Hunde. Ebenso um die Frage, was es heißt, im heutigen Mexiko zu leben, lieben und MexikanerIn zu sein – kurz: um die Frage der sogenannten *mexicanidad*. Das filmische Kurzkonzept liest sich wie folgt:

The film will be structured around three loosely-connected stories linked by a car accident; it will use documentary-style camerawork, with the film stock processed with silver retention to create stronger contrasts and texture in colour; the dog fights will not be explicit and the dogs will be handled with extreme care; the cast will largely consist of unknowns; and there will be a strong soundtrack. (Fuente 2001: 17)

¹³⁰ <http://www.zeit.de/online/2006/22/cannes-babel>, <http://www.programmkino.de/cms/index.php?id=295>, http://www.festival-cannes.fr/films/fiche_film.php?langue=6002&id_film=4352770, letzter Zugriff: 05.09.2006.

¹³¹ Siehe http://www.bbc.co.uk/films/2001/05/03/alejandro_gonzalez_inarritu_interview.shtml, letzter Zugriff: 22.06.2004.

Konkrete Vorstellungen zu filmischen Mitteln und Materialien sind bereits vor Drehbeginn deutlich zu erkennen und stellen einen bedeutenden Teil des Konzepts dar. Laut Iñárritu ist der thematische Anspruch des Films nicht Darstellung vom heutigen Mexiko-Stadt, sondern die eines Teiles.

*La ciudad de México es un experimento antropológico, yo me siento parte de ese experimento. Soy sólo uno de los veintiún millones que vivimos en la ciudad mas grande y poblada del mundo. Ningún hombre en el pasado vivió (más bien sobrevivió) antes a una ciudad con semejantes niveles de contaminación, violencia y corrupción y sin embargo increíble y paradójicamente es hermosa y **fascinante** y eso es precisamente lo que para mí es amoros perros, un fruto de esa contradicción, un pequeño reflejo del barroco y complejo mosaico de la ciudad de México.* (Iñárritu: 2000, Ausschnitt aus seiner Stellungnahme auf der ehemaligen Homepage von *Amores Perros*)

Es ist somit kein Portrait der Stadt oder der Gesellschaft, wie in der Kritik häufig angenommen wird. Dennoch spielt Authentizität eine große Rolle im Film und erweckt eben diesen Eindruck einer genauen Abbildung von Mexiko-Stadt und seiner Gesellschaft. Zwar sieht der Zuschauer keinen Regierungspalast, keine berühmte Kathedrale oder den *Torre Latinoamericana* (als entsprechendes Symbol zum Eiffelturm oder anderen Monumenten mit hohem internationalem Wiedererkennungswert), und der Episodenfilm ist in den touristisch weniger interessanten Stadtvierteln *Condesa* und *Lomas de Chapultepec* gedreht.¹³² Dessen ungeachtet scheinen die Struktur und das Konzept der Geschichte ein Querschnitt der Gesellschaft zu sein. Die dokumentarisch wirkende Kameraarbeit verstärkt den Eindruck des Spiegelbildes weiter. Meine These ist, dass dieser Eindruck gewollt durch die Inszenierung geweckt wird und einen Großteil der Faszination ausmacht, die vom Film ausgeht. Es handelt sich jedoch lediglich um die absichtliche Erweckung einer Erwartung („dem Zuschauer wird ein Überblick über die aktuelle, extrem andere und doch faszinierend ähnliche Gesellschaft in Mexiko-Stadt präsentiert“), die nicht erfüllt und daher in Interviews und veröffentlichten Stellungnahmen zum Film bestritten wird.

Al fin y al cabo, Amores Perros es una película de amor, de personajes apasionados que van a la búsqueda máxima de sí mismos. Esa es la belleza de mi ciudad: que da cabida a miles de historias. (Drehbuchautor Guillermo Arriaga am 18.02.2003, E-Mail)

In den Stellungnahmen wird der Einzelcharakter der drei Erzählstränge betont und der Film stets als Ausschnitt eines größeren Mosaiks gesehen. Der erste, gewollte und prägenste Eindruck den der Film erweckt ist Chaos. Wie dieses Chaos im Filmverlauf zu einem Mosaik zusammengesetzt werden kann wird 2.3.5 zeigen.

Eine weitere These ist, dass Iñárritu mit dem Film mehrere Kontroversen anregen will, um Aufmerksamkeit zu erlangen. Zum einen will er eine Diskussion sowohl unter Mexikanern wie auch ausländischen Rezipienten über Mexiko-Stadt und seine Gesellschaft veranlassen. Er will dem Rezipienten eine neuartige, aufregende und ungewohnte Darstellung der Millionenmetropole bieten und gleichzeitig bei den ausländischen Zuschauern durch universelle Motive (Liebe, 'Sünde', Menschlichkeit, Hundeliebe) Unverständlichkeit und Zurückweisung vermeiden. Zum anderen will er durch seine Darstellungsart schockieren und so Betroffenheit, Kontroverse und Aufmerksamkeit sichern. Die Darstellung einer Gewalt, die über die bekannten Probleme der Unterschicht hinausgehen, muss ein Publikum aus der Mittelschicht anrühren (im Sinne von ‚das betrifft auch uns‘). Der Titel *Amores Perros* verursacht eine andere Kontroverse. Er ist dazu konzipiert, auf verschiedenen Ebenen interpretiert zu werden. Zunächst scheint die Verbindung *Amores* und *Perros* ein Oxymoron,

¹³² <http://www.imdb.com/title/tt0245712/locations>, letzter Zugriff: 01.08.2004.

da *Perros* neben der Bedeutung ‚Hunde‘ auch die Bedeutung ‚gemein‘ hat. *Perros* verbindet Liebe mit elementaren Instinkten und Verhaltensweisen. Dies deutet darauf hin, dass nicht die Geschichten dreier Individuen, sondern vielmehr die einer bestimmten Art oder eines bestimmten Typus von Liebe gezeigt wird. Laut Smith ist der Titel doppeldeutig übersetzbar als ‚schlechte Liebesaffäre‘ oder ‚Hundeliebe‘ und klingt an ein von Televisa konzipiertes und nicht realisiertes Programm ‚Amor es perros‘ an (Smith 2003: 10). Er erinnert zudem an das mexikanische Sprichwort ‚El amor es perros‘, was so viel bedeuten kann wie ‚Liebe ist wie das Leben eines Straßenköters‘, nämlich frei, eventuell glücklich, unsicher und gefährlich. Das Sprichwort meint, dass Liebe schnell gewonnen, aber auch zerstört werden kann und Glück und Leid dicht beieinander liegen. Der Titel erfüllt seine Funktion: Er macht auf den Film neugierig und regt Spekulationen über seine Bedeutung an, die auch nach der Rezeption des Films weitergeführt werden können. Er vermittelt Intensität und knüpft an kulturell-individuelle Vorstellungen von Liebe (im Plural) an. Der deutsche Anhang an den Titel ‚Was ist Liebe?‘ versucht die tatsächlich nicht eindeutige Übersetzbarkeit des Titels dahingehend zu lösen, dass er eine Frage stellt, auf die es ebenfalls keine für alle eindeutige und richtige Antwort geben kann. Er lässt dabei jedoch den animalischen, eventuell gewalttätigen Charakter des Titels außen vor.

2.3.3 Mexiko im Umbruch: politische, soziale und wirtschaftliche Hintergründe¹³³

Amores Perros wird in Zeiten des politischen Umbruchs gedreht, nach über 70 Jahren PRI-Herrschaft¹³⁴ bröckelt die Macht langsam, und schließlich gewinnt am 2. Juli 2000 die PAN¹³⁵ die Wahl, und Vicente Fox wird mit den Schlagwörtern „Demokratisierung“ und „Modernisierung“ zum Präsidenten gewählt. Im Senat und zahlreichen politischen Institutionen hält die PRI weiterhin die Mehrheit. Andere Parteien im Parlament, wie die PRD (*Partido de la Revolución*) oder die PT (*Partido de Trabajo*), sind anteilmäßig eher unbedeutend. Neun Monate nach Fox' Regierungsantritt steigt der größte Partner, PVEM (*Partido Verde Ecologista de México*), aus der Koalition mit der PAN aus und zwingt diese dazu, ein Kooperationsabkommen mit den im Kongress vertretenen Parteien zu schließen. Die Versuche, eine neue Opposition in Form einer linken und ökologisch motivierten Partei aufzubauen, bleiben erfolglos. Eine Kohabitation mit der PRI kann daher bis zu einem gewissen Maß nicht vermieden werden und erschwert die Demokratisierung des Landes. Vicente Fox, ehemaliges Oberhaupt der Firma Coca Cola in Mexiko, hat sich die Modernisierung des Landes zum Ziel gesetzt. Mit ihm kommt eine Liberalisierungsphase, welche die Neoliberalisierung der Wirtschaft und die politische Annäherung an die USA bedeutet. Im Rahmen der politischen Erneuerung Mexikos werden 2001 die Geheimdienstarchive geöffnet, um die Menschenrechtsverletzungen der PRI-Herrschaft aufklären zu können. Dazu gehört vor allem anderen die blutige Niederschlagung von Studentenunruhen im Jahr 1968, kurz vor dem Beginn der Olympischen Spiele in Mexiko.¹³⁶

¹³³ Siehe auch Smith 2003, Shaw 2003 und Angaben des Auswärtigen Amtes auf dessen Internetseite. Zu allgemeinen politischen Daten über Mexiko siehe: Baratta, Mario von (Hg.), *Fischer Weltalmanach*, Frankfurt am Main (Fischer Verlag) jeweils 2000/2001/2002/2003.

¹³⁴ *Partido Revolucionario Institucional*. Die PRI, gegründet 1929, war die mexikanische Staatspartei mit links-populistischem Einschlag, sie war von 1929 - 2000 an der Macht.

¹³⁵ *Partido Acción Nacional*. Die PAN ist bürgerlich, christlich-demokratisch, stark im Norden und in städtischen Zentren. Sie wurde 1926 durch Manuel Gómez Morin gegründet.

¹³⁶ Siehe dazu die erste mexikanische filmische Verarbeitung in einem Spielfilm *Rojo Amanecer* (*Roter Sonnenaufgang*, 1989) von Jorge Fons. Der Film erzählt die Vorkommnisse vom 2.10.1968 bis zum nächsten Morgen aus der Sicht einer Familie der Mittelschicht, die unweit des Platzes Tlatelolco, auf dem die Proteste

Die formelle Stärkung des Parlaments, demokratischer Institutionen und Prozeduren wird angestrebt. Überdies werden Maßnahmen zur Eindämmung von Korruption und Vetternwirtschaft eingeleitet, wie die Einrichtung von öffentlichen Stellen zur Information und Einreichung von Beschwerden.

Neben rein wirtschaftlichen Faktoren wird der Erfolg der Regierung Fox international (insbesondere in Europa) häufig daran gemessen, wie sehr Fox bereit und fähig war, soziale Probleme in Chiapas und Oaxaca zu bewältigen. Sein Wahlversprechen, den Konflikt mit der EZLN (Ejército Zapatista de Liberación Nacional) in 15 Minuten zu lösen, kann er nicht einhalten.¹³⁷ In den ersten Monaten seiner Regierungszeit finden zunächst Verhandlungen statt, in denen die Einhaltung der Verträge von San Andrés de Larráinzar sowie deren Institutionalisierung zugesagt wurden. Es bleibt jedoch bei Absichtserklärungen und die indigene Bevölkerung ist nach wie vor marginalisiert bzw. von politischen, sozialen und wirtschaftlichen Verbesserungen ausgeschlossen. Auch die Aufstände und den daraus entstehenden blutigen Konflikt um die Absetzung des Gouverneurs Ulises Ruiz im südlichen Bundesstaat Oaxaca ab Juni 2006 hat Präsident Vicente Fox nicht lösen können.

Um seine Beziehung zu den USA zu verbessern, macht Fox politische sowie wirtschaftliche Zugeständnisse. Unter anderem wird in 2002 ein Abkommen zur Verbesserung der gegenseitigen Grenzabfertigung geschlossen, um illegale Migrationsbewegungen zu verringern. Damit scheint der Kongress nicht einverstanden, denn er nimmt wenige Wochen später sein verfassungsmäßiges Recht in Anspruch und verbietet Fox eine geplante offizielle US-Reise. Die Neoliberalisierung der Wirtschaft und die Annäherung an die USA bewirken neue Handelsabkommen, die auch den kulturellen Sektor betreffen und eine umfangreiche Privatisierung mit sich bringen. In seinem Haushaltsplan für 2004 hat Fox als Einsparungsmaßnahme vorgesehen, IMCINE, das staatliche Filmstudio Churubusco Azteca und 15 andere kulturelle Institutionen zu verkaufen, um im Gegenzug \$ 4 Millionen zu erhalten und im Fall von IMCINE in 2004 \$ 7 Millionen an Unterstützung einzusparen.¹³⁸ Für die Wirksamkeit des Haushaltsplans ist die

stattfinden, in einem Wohnblock leben. Der Vater und Patriarch ist Beamter, zwei seiner Söhne sind Studierende und die beiden Kleineren, ein Junge und ein Mädchen, sind Schulkinder. Die Mutter ist Hausfrau und die Familie lebt zusätzlich mit dem Großvater, einem Kriegsveteranen. Die älteren Söhne werden in die Protestaktionen verwickelt und geraten in Schwierigkeiten. Ebenso wie der Vater schaffen sie es jedoch, nach Hause zurückzukommen und die Nacht zu überleben. Bei einer Polizeirazzia im Haus kommt es dann zu dem Eklat, den der Titel ankündigt. Bemerkenswert ist, dass die Spielhandlung während des gesamten Filmverlaufs nur kurzfristig die Wohnung der Familie verlässt und die gesamte Handlung inklusive der Demonstrationen wirkungsvoll aus einem privaten Raum heraus erzählt wird, ohne dass die blutige Niederschlagung der Konflikte als solche zu sehen wäre. Die Familie bleibt von dem Staatsterror nicht verschont, obwohl sie von einem Beamten geführt wird und einen Kriegshelden versorgt, per se also nicht gegen die Revolutionspartei ist. Noch 1989, über 20 Jahre nach einem der schwärzesten Tage der PRI-Regierung, war eine andere und öffentlichere Darstellung aufgrund von Zensur nicht möglich.

¹³⁷ „Große internationale Beachtung fand der (Zapatisten-)Aufstand vom 01.01.1994 in Chiapas. Nach einer nur zweiwöchigen Kampfphase und intensiven Verhandlungen zwischen Zentralregierung und dem Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) wurden am 16.02.1996 die Abkommen von San Andrés de Larráinzar über die ‚Rechte und Kultur der indigenen Bevölkerung‘ abgeschlossen. Ende April 2001 verabschiedete das Parlament das Gesetz über die Rechte und Kultur der Indigenen. EZLN und die ihm nahestehenden Indigenengemeinschaften halten die hierdurch vorgenommene Verfassungsänderung für nicht ausreichend, weil sie hinter den Abkommen von San Andrés zurückbleibt. Eine weitergehende Reform wird diskutiert. Im Sommer 2003 konstituierte sich die interministerielle Kommission für die Entwicklung der indigenen Völker (CDI). Sie soll die Indigenenpolitik der Regierung koordinieren und die hierfür zur Verfügung stehenden Mittel bündeln. Die Zapatisten haben in Chiapas ‚autonome Gemeinden‘ gegründet, die der staatlichen Kontrolle entzogen sind. In den Bundesstaaten Guerrero und Oaxaca sind seit Mitte 1996 verschiedene kleine Guerillagruppen aktiv. Immer wieder kommt es vor allem in Chiapas, Guerrero und Oaxaca zu örtlichen gewalttätigen Auseinandersetzungen, denen meist Landkonflikte, konfessionelle Unterschiede, aber auch Familienstreitigkeiten zugrunde liegen.“ (http://www.auswaertiges-amt.de/www/de/laenderinfos/laender/print_html?type_id=10&land_id=111, letzter Zugriff: 30.06.2004)

¹³⁸ *El Universal* (Tageszeitung Mexiko Stadt) vom 8.11.2003, S. 6.

Zustimmung des Kongresses erforderlich, der sie verweigert hat und stattdessen auf personellen Einsparungen im direkten Umfeld von Fox besteht. Seit dem 5. September 2006 ist Felipe Calderón, ebenfalls PAN, neuer Präsident.

Im Zusammenhang mit den Änderungen im Kultursektor wird die strenge Zensur der Kultur entschärft: Unter einer gefestigten PRI-Regierung wäre der Kinostart von *Amores Perros* nicht denkbar gewesen. Auch die Produktion des 2,2-Millionen-\$-Projekts erfolgt ohne Beteiligung des staatlichen Filminstituts IMCINE.¹³⁹ Während der Produktionsphase ist im Kinosektor bereits eine Lockerung der Zensur zu sehen. So war die Produktion der satirischen Komödie *La Ley de Herodes (Das Gesetz des Herodes 2000)* von Luis Estrada durch IMCINE mitfinanziert, obwohl der Film die Korruption des Parteiapparates überdeutlich zeigt. Die Rückdatierung auf die 1940er mindert die Aktualität des Filmstoffes nicht und so wird der Kinostart in 1999 zunächst verhindert. Filmberichten zufolge wird *La Ley de Herodes* letztendlich nur aufgeführt, um einen Skandal und die öffentliche Diskussion um Kulturzensur kurz vor den Wahlen zu verhindern.¹⁴⁰ Dem großen Sieger bei den Ariel Festspielen in Mexiko im Jahr vor dem Erfolg von *Amores Perros* wird nach den Wahlen sogar ein gewisser Einfluss auf das (Abwahl-)Verhalten der Mexikaner zugesprochen, denn der Film endet mit der Wiederholung der Geschichte und der ‚ewigen Herrschaft‘ der PRI.¹⁴¹ *Amores Perros*, der kurz vor der Wahl in Mexiko uraufgeführt wird, wird Ähnliches nachgesagt.

Kultureller und politischer Wechsel liegt in 2000 in der Luft. *Amores Perros* liegt im Trend und zeigt mexikanischen ZuschauerInnen neue, weniger konservative Bilder. Der politische Wechsel erregt auch entsprechendes internationales Aufsehen: Mexiko verändert sein Gesicht und gespannt blickt die Welt darauf. *Amores Perros* profitiert von dem politischen Wechsel und seinen Konsequenzen, er wird als Bild des neuen Mexikos gesehen, vor Ort wie anderswo. Dieses Bild entsteht durch Machart und Vermarktung des Films: Die Figuren kommen aus verschiedenen Sektoren und Gesellschaftsschichten der Hauptstadt Mexikos. Das Image, welches der Film gibt, gefällt vielen Mexikanern, die den Film politisieren, nicht. In diesem Bild repräsentiert El Chivo die gescheiterte Revolution und die mangelnde Wirksamkeit eines Staatsapparates, der ehemalige Häftlinge nicht sozialisiert und Auftragsmörder nicht fasst. Der Polizist Mauricio verkörpert die Korruption der Beamten, der kein Einhalt geboten wird. Octavio steht für das ungenügende Sozialsystem, das Jugendlichen keine Zukunft sichern kann und einen Eindruck von der sozialen Ungerechtigkeit gibt, welche ein großes Problem der mexikanischen Gesellschaft darstellt. Daniel zeigt die veränderte Moral auseinanderfallender Kleinfamilien und Gustavo die Skrupellosigkeit und Selbstjustiz der oberen Mittelschicht und der Oberschicht. In gewissem Sinne ist dies auch eine Darstellung der Auswirkungen der jahrzehntelangen Einparteienherrschaft: Guerillabewegungen, Korruption, Gewalt und Selbstjustiz. Die Diskussion um den Film ist in Mexiko kontrovers. *Amores Perros* kommt dadurch weitere Aufmerksamkeit zu, die seinen Bekanntheitsgrad steigert (siehe 2.3.4).

Seit dem politischen Wechsel hat sich die Situation für den mexikanischen Film international und national verbessert. Nach *Amores Perros* kommen mit *De la Calle (Straßenkinder, Gerardo Tort, 2001)*, *Y tu mamá también (... mit Deiner Mutter auch! Alfonso Cuarón, 2001)*, *El crimen del Padre Amaro (Die Versuchung des Padre Amaro,*

¹³⁹ Ayala Blanco 2001: 484. Smith 2003 gibt ein Budget von \$ 2,4 Millionen an.

¹⁴⁰ Vgl. <http://www.geocities.com/~polfilms/herodslaw.html>, letzter Zugriff: 30.10.2006.

¹⁴¹ <http://www.imdb.com/title/tt0221344/externalreviews>, letzter Zugriff: 30.10.2006.

Carlos Carrera, 2002), *Frida* (Julie Taymor, 2002, mit USA und Kanada), *Temporada de Patos* (*Duck season*, Fernando Eimbcke, 2004) und *Un día sin mexicanos* (*Ein Tag ohne Mexikaner*, Sergio Arau, 2004, mit USA) weitere mexikanische Produktionen ins Blickfeld. Die fast vererbte mexikanische Kinoproduktion kann in 2000 und in 2001 auf circa 30 Filme erhöht werden (Patterson 2001). Die Zahl der Kinosäle steigt in Mexiko und weitere Multiplexe werden in großen Städten eröffnet. Die Zahl der mexikanischen Filme in diesen Sälen steigt von circa 3 % in 1998 auf 13 % in 2000 und 14 % in 2001 (Tegel 2001). Dem Filmgesetz von 1992 wurde im März 2001 ein Nachtrag hinzugefügt, der eine 10-%-Quote für inländische Filme (gemessen an ihrer Laufzeit) einführt.

Eine Finanzierung außerhalb des staatlichen Filminstituts war noch bis circa 2000 eher ungewöhnlich. Inzwischen hat sich die Lage der Filmfinanzierung verändert (siehe 1.3.3). *Amores Perros* arbeitet mit zwei Produktionsfirmen, Iñárritu's Zeta Film und der ebenfalls relativ neu gegründeten Altavista, wobei Altavista, Tochterfirma der mächtigen CIE (*Corporación Interamericana de Entretenimiento*) und der Sinca Inbursa, 86 % des Budgets aufbringt.¹⁴² *Amores Perros* wählt absichtlich nicht das Mittel der Koproduktion, um das mexikanische Bild des Films zu verstärken. Der Film gibt sich in diesem Zusammenhang bewusst als unabhängiges Regiekino, ist es jedoch nach den im ersten Kapitel aufgestellten Merkmalen nur bedingt. Er entspricht insofern einem Regiefilm, als er eine Vorstellung von der Welt und eine Vorstellung vom Kino vermittelt. Diese Vorstellung, so die These, versucht jedoch eher einem Trend zu entsprechen, als eine persönliche Geschichte zu erzählen. Iñárritu hat wesentlichen Anteil am Film (Regieführung, entscheidender Einfluss bei Drehbuch und Schnitt) und nutzt ihn, um seine in der Werbebranche erworbenen Kenntnisse des ‚Was gefällt / berührt / kommt an?‘ in einem Film zu verwirklichen. Die Darstellung als Regiefilm kann als Vermarktungsstrategie sowie als persönliche Profilierung des Regisseurs gesehen werden.

2.3.4 Ambivalenz: die Rezeption in der Filmkritik¹⁴³

Amores Perros gewinnt im Mai 2000 zwei kleine Preise in Cannes, den *Grand Prix de la Semaine de la critique* und den *Prix de la (toute) Jeune Critique*. Iñárritu ist es im Vorfeld wichtig, sein Erstlingswerk für Preise einzureichen, bei denen er die reelle Chance sieht, zu gewinnen, um so das *Label* ‚in Cannes prämiert‘ zu erhalten.¹⁴⁴ Seine Strategie geht auf: Cannes öffnet *Amores Perros* national wie international die Tore und über 30 andere Filmpreise folgen.¹⁴⁵ In der Presse wird dem Film zum einen stolz eine *mexicanidad* bestätigt (*Cine Mundial* vom 2.05.2000) und Iñárritu wird als Vertreter des mexikanischen Kinos gesehen (*El Heraldo* 14.05.2000), was der Regisseur durchaus mit seinen Pressekonferenzen in Cannes untermauert. Zum anderen ist dieser Stolz gepaart mit Kritik an der fast apokalyptischen Darstellung eben dieser ‚Mexikanität‘ und an dem, was Mexiko auch ausmacht: Gewalt, soziale Ungleichheiten, eine Scheindemokratie und wirtschaftliche

¹⁴² Smith 2003: 12. Altavista unterstützt kommerzielle Produktionen und erlangt mit *Amores Perros*, *Todo el poder* (Fernando Sariñana 2001) und *Por la libre* (Juan Carlos de Llaca 2000) einen Gewinn von rund \$ 10 Millionen (Shaw 2003: 53).

¹⁴³ Zu einer ausführlichen Aufzählung von Kritiken siehe die Bibliographie im Anhang und <http://www.imdb.com/title/tt0245712/externalreviews>, letzter Zugriff: 30.10.2006.

¹⁴⁴ „Altavista used its promotional expertise to expert effect ... ‘the best competition is the one you win’ (not necessarily the most prestigious)”. (Smith 2003: 13)

¹⁴⁵ Für eine Auflistung der Filmpreise und Nominierungen siehe <http://www.imdb.com/title/tt0245712/awards>, letzter Zugriff: 30.10.2006.

Probleme, die unter anderem eine zahlenmäßig geringe Filmproduktion bedeuten.¹⁴⁶ Als Letztes wird dem Film seine Exportfähigkeit bestätigt und häufige Bezüge zu *Pulp Fiction* (USA, Quentin Tarantino, 1994) und *Smoke* (USA, Wayne Wang, 1995) gezogen (unter anderem Shaw 2003: 69). Bezüge zu anderen mexikanischen Produktionen wie *Los Olvidados* (*Die Vergessenen*, Luis Buñuel, 1950) oder *Profundo carmesí* (Arturo Ripstein, 1996) sind eher selten, verbinden aber geschickt die ähnliche kinematografische Sicht der Hauptstadt mit ihrem internationalen Erfolg:

It is an approach that has shown strong appeal to European and North American audiences. This has been perhaps the most critical lesson González Iñárritu has learned from his masters as, once again, the devastating portrait of visceral violence and fatalism becomes the privileged image of Mexico that most successfully travels abroad. (D'Lugo 2003: 229).

Dem mexikanischen Publikum, das sich seit Cannes zwischen positiven und negativen Kritiken hin- und hergerissen sieht, wird der Film am 16. Juni 2000 präsentiert. Die meiste negative Kritik bezieht sich auf die Darstellung einer gewalttätigen mexikanischen Gesellschaft, symbolisiert durch die Hundekämpfe. Die animalischen Auseinandersetzungen werden als Bild für ein Problem, welches hinter der Fassade aller modernen lateinamerikanischen Großstädte lauert, gesehen. Im Gegensatz zu *Como Agua Para Chocolate* (*Bittersüße Schokolade*, Alfonso Arau, 1992), dem eine touristenfreundliche Darstellung von Mexiko (Shaw 2003: 36) oder ein ‚Mexico-for-tourists approach‘ (Tsao 2001: 12) nachgesagt wurde, werden mit *Amores Perros* Seiten von Mexiko angesprochen, die über die Tequila/Sombrero/Schnurrbart-Stereotypen hinausgehen und welche die mexikanischen Kritiker lieber nicht zeigen möchten.¹⁴⁷

Die Oscar-Nominierung für den besten ausländischen Film im Februar 2001 – die erste seit 1975 mit Miguel Littin's *Actas de Marusia* – gibt *Amores Perros* weiteren Aufschwung. Die Filmkritiker schwanken zwischen der Bewunderung des kommerziellen Erfolges des Films und der Verabscheuung seiner städtischen Gewalt, seiner erschreckenden Themen und seiner Machart. Der für seine scharfen Kritiken bekannte mexikanische Kritiker Jorge Ayala Blanco identifiziert und verurteilt in seinem Buch *La fugacidad del cine mexicano* die Art und Weise, in welcher der Film im Zuschauer Effekt hervorzurufen sucht:

La culpa fue del choque. En el más obvio registro tautológico un frenético choque automovilístico desencadena frenéticos choques entre chocantes protagonistas que chocan en nombre de sus nombres a cada achacoso episodio shocking de los tres que integran Amores Perros de Alejandro González Iñárritu. (Blanco 2001: 482)

Das ‚Modebewusstsein‘ des Films und seiner Ästhetik, verdeutlicht in dem Schreibstil seiner Kritik, missfällt Blanco, der den Erfolg des Filmes als *un éxito prefabricado por la estrategia mercadotécnica inventafoximoris* (Blanco 2001: 485) bezeichnet.

In der deutschen Kritik sind einander ähnliche Stimmen zu hören. Hier wird über die Bestialität und Gehetztheit der mexikanischen Gesellschaft geschrieben. Die epd Film (11/2001) schreibt vom schockierenden Charakter des Films, seinen ‚sozialen Momentaufnahmen‘ und verbindet diese mit einer ‚Erlösungssehnsucht‘. Mexiko-Stadt wird als Vorhölle bezeichnet (Wiegand in www.filmtext.com), der *verkommene Zustand einer Zivilisation am Rande menschlicher Abgründe* (Krems in www.videofreak.at) thematisiert und

¹⁴⁶ Laut der Tageszeitung *El Esto* waren dies 1998 11 Filme, 1999 19 Produktionen und 2000 immerhin 50 Filme. Die Anzahl der produzierten Filme variiert je nach Quelle und Bewertungskriterien jedoch erheblich. So gibt Patterson (*Aztec cameras* 2001) die Zahl für 1998 mit 7, die für 2000 mit 30 und die für 2001 mit weiteren 30 an. In der ‚goldenen Epoche‘ produzierte Mexiko circa 150 Filme jährlich.

¹⁴⁷ Hier ist eine Parallele zum Film *Die Rosenverkäuferin* feststellbar, der ebenfalls in der Presse wegen seiner negativen Darstellung seines Produktionslandes verurteilt wurde.

vom Realismus des Films gesprochen, der ein ‚ungefiltertes Bild‘ des Molochs Mexiko-Stadt gibt. *Amores Perros* wird als Auslöser eines Minibooms für mexikanische Filme gesehen.

2.3.5 Das Bild des modernen Mexikos: Filmanalyse

Der Autounfall steht am Anfang und im Zentrum des Films. Die Handlung beginnt mit einer Fluchtsequenz (dem Bild einer aus den Fugen geratener Leidenschaft) und kulminiert in einem schweren Autounfall. Fragmentarische Nahaufnahmen bestimmen die Exposition, auf eine traditionelle und ausführliche Establishing-Shot-Reihe wird verzichtet.



Abbildung 34: Straße (0:00'48''02), Bilderrausch (0:00'51''01), Unfall 1 (0:02'42''22), Einzug (0:03'08''12)

Die Exposition bereitet den Zuschauer auf einen bekannten Diskurs vor. Die erste Abbildung aus der ersten Sequenz im Film erinnert an die Titelsequenz von *Goodfellas* (USA, Martin Scorsese, 1990). In *Goodfellas* ‚schießen‘ die Namen der Beteiligten von rechts nach links wie ein weißer Streifen in das Bild, um dann wieder zurückzukommen und lesbar zu werden. In *Amores Perros* ist in den ersten sechs Sekunden nach den Titeln nur ein Schwarzbild mit unterbrochenen weißen Linien zu sehen. Es wird ästhetisch an europäische und nordamerikanische Traditionen angeknüpft (nachfolgende These 2) und nicht an vorhandene mexikanische Bilder, wie dies z.B. *La Ley de Herodes* (Luis Estrada, 1999) mit seinen sombrero- und schnauzertragenden Helden tut. Die Schock-Schwindel und Geschwindigkeitseffekte der Exposition sind direkt auf die körperlichen Reflexe des Publikums gerichtet. Dadurch kann das Gefühl der Authentizität im Zuschauer entstehen: Er erlebt die Geschehnisse fast physisch mit, als ob er am Unfallort stehen würde. Das prägende Sympraxisangebot ist Desorientierung und Chaos (vgl. auch Klopfer 2006b: 3). Die Desorientierung der Figuren und die Anspannung dargestellter Handlungsmomente werden dem Zuschauer durch dynamischen und sensorischen Einsatz von Schnitt, Kameraführung, Ton, Bildinhalt und Komposition nahegebracht. Schweres Atmen und Autolärm auf der Tonspur verraten, dass die Bilder der Exposition die Nahaufnahme einer Straße und ihrer Straßenmarkierung zwischen zwei Spuren im Schnelldurchlauf zeigen. So geben bereits die ersten Bilder den Topos ‚Stadt‘ als einen Ort der Gefahr und der Unordnung wieder. Es könnte sich hierbei um eine nordamerikanische oder südeuropäische Stadt handeln. Auch die nachfolgenden Bilder ‚schießen‘ vorbei. Nur schwer sind Häuser und Bäume zu erschließen. Eine visuelle Orientierung wird nicht gegeben, der Zuschauer muss sich auf Gehör und Gefühl verlassen. Außerdem zu sehen sind Nah- und Detailaufnahmen des Autoinneren, von dem die Perspektive ausgeht. Die Kamera ist mal auf dem Beifahrersitz, mal schräg vorne oder auf dem Rücksitz positioniert. Der Zuschauer nimmt schnell die Perspektive des fahrenden Octavios ein. Kurze Schnittsequenzen, welche den blutenden Rottweiler auf der Rückbank zeigen, primen den Zuschauer auf die folgende brutale Handlung. Das hektische Gespräch der zwei Figuren, Octavio und Jorge, bietet

wenig faktuelle Information über die Vorgeschichte.¹⁴⁸ Dafür gibt es durch den Akzent in der Sprache der Figuren und die Wortwahl zu erkennen, dass die Handlung in Mexiko stattfindet und die Protagonisten verängstigt sind. Dem kurzen Moment eines Triumphes (*No los veo.*) folgt die Gewissheit, dass die mit Schusswaffen ausgestatteten Verfolger näher denn je sind. Aus Angst vor dem Überfall der Verfolger entsteht Schwindel, welcher dem Schock vorausgeht (ebda): In dem verzweiferten Versuch zu entkommen endet die Verfolgungsjagd im Stadtverkehr zwei Minuten später im Unfall, der aus Octavios Perspektive gezeigt wird. Das Sympraxisangebot wird durch den Einbezug von Valeria, ihrem kaputten Auto und ihren Schmerzausrufen verstärkt. Die Reaktion der Zuschauer auf das Chaos kann entweder entgegenwirkend durch Halt- und Orientierungssuche (nachfolgende These 1) oder abwendend durch Nichtannahme des filmischen Angebotes sein.

Der sympraktische Eindruck der ersten drei Filmminuten wird durch die folgende Hundekampfszene weiter bestärkt. Der Zuschauer wird mit El Jarocho Hund in die Kampfarena geführt. Diese Empfindung entsteht durch die Perspektive, eine starke Untersicht (etwa in Hundeaugenhöhe). Wie der Hund sieht die Kamera um sich, entdeckt Blutspuren und andere Hunde, manche von ihnen in kleinen, einengenden Boxen eingesperrt. Das filmisch erzeugte Gefühl der Enge in der Arena – welches später mit dem zu engen Haus von Octavios Mutter in Verbindung gesetzt wird – geht dem Gefühl der Aggressivität und Angst voraus. Zunächst ist nur das Gewinsel und Bellen von Hunden zu hören, dann erst die Stimmen der Männer. Auch diese Sequenz ist schnell geschnitten, Hintergründe sind schwer zu erkennen und das Filmmaterial ist körnig. Die Kamera ist beweglich und schwenkt schnell herum, was den Anschein eines dokumentarischen Einfangens der Bilder gibt. Die Arena erweckt im Zuschauer Faszination. Teilweise durch das Kennenlernen von dem, was für die meisten Zuschauer fremd sein wird (Hundekampf), teilweise durch die ungewöhnliche Perspektive wie auch durch die Sensationslust befriedigende Thematik. Die starke Untersicht wechselt im Gegenschnitt in eine Untersicht, mit welcher der Zuschauer den siegessicheren El Jarocho und seinen Hund in die Arena einlaufen sieht. Dann sehen wir mit der subjektiven Kamera aus Jorges Sicht die Verhandlung um ein Preisgeld. Wie ein Marktschreier verkündet der Organisator El Chispas die Summe¹⁴⁹, und Wetten werden angenommen. Die Perspektive geht nun wieder zurück nach unten zu den Hunden, die von ihren Besitzern zum Kampf heiß gemacht werden. Die eigentliche Kampfszene dauert nur zwei Sekunden (0:04'07"09 - 0:04'09"13), die Hunde fallen übereinander her und verkeilen sich anscheinend ineinander. Brutalität entsteht im Kopf des Betrachters durch die Leerstelle des nicht Gezeigten. Das laute Geheul eines Hundes leitet zur nächsten Sequenz über. Vom Überfall, dem zufälligen Unfall und dem übereinander herfallen wird im ersten Erzählstrang zum Verfall und Abfall der Gesellschaft (gemeint sind nicht nur die toten Hundekörper) geführt. Gefallen spielt eine große Rolle im zweiten Erzählstrang, während der im dritten der Ausfall der richtige Einfall als Rettung vor dem Zerfall (unter anderem der öffentlichen Ordnung) ist.

¹⁴⁸ Jorge: ¿Que hiciste, cabrón? ¿Tu, que fue lo que hiciste, cabrón? – Octavio: ¡Nada, huey, nada! – Jorge: ¿Como que nada cabrón? ¡No seas pendejo! Puta madre, esta sangrando un chingo. – Octavio: ¿Todavía vienen? ¿Qué, todavía vienen? Jorge: No sé. No los veo. (0:00'49"00 – 0:01'05"18)

¹⁴⁹ 10.000 Pesos = 1066 Euro (Kurs 1. Januar 2000), eine beträchtliche Summe in Mexiko.

Überthema des Films ist die verzweifelt-vergebliche Suche der Protagonisten und in diesem Zusammenhang die Suche der Zuschauer nach der intrinsischen Ordnung im vordergründigen Chaos (Kloepfer 2006b: 3). Unterthema ist der Zusammenprall unterschiedlicher Personengruppen in dem tragischen Unfall und das (Über-)Leben verschiedener Personengruppen in der Metropole Mexiko-Stadt, die als Metapher für die Gegensätze der aktuellen lateinamerikanischen Gesellschaft gesetzt wird. Die Gegensätze werden dem Zuschauer sympraktisch so nahe gebracht, dass die Filmerfahrung an sich anstrengend und zunächst einmal desorientierend ist: Der Film hat eine hohe Schnittfrequenz und gibt nur kurze Erholungspausen zwischen den (an)spannungsreichen und gewaltbehafteten Sequenzen. Bei der Untersuchung der Thematik des Films lassen sich unterschiedliche Motive feststellen: Formen von Liebe, Hunde, Gewalt, Rivalität, Grenzerfahrungen und das städtische Chaos. Im Weiteren werden zum Film folgende, zusammengehörende Thesen vertreten:

(1) Der Film arbeitet gemeinsame Charakteristika einer modernen Gesellschaft heraus. Dabei vergleicht er Menschen mit Hunden und stellt mit ihrer Gegenüberstellung das Leben im ‚Großstadtdschungel‘ (dem Zusammenprall verschiedenster Bilder, Lebensformen und Geschichten) dar. Ziel ist, den Rezipienten das Gefühl zu geben, eine universelle *condition humaine* darzustellen und bei ihnen Betroffenheit auszulösen.

(2) Im Gegensatz zu einem Film wie *Bittersüße Schokolade*, dessen Erfolg auf der Differenzierung der ‚mexicanidad‘ im Sinne eines Sombbrero-Westerns beruht, liegt der Fokus von *Amores Perros* auf Bildern, welche europäischen oder nordamerikanischen Bildern ähneln. Es wird keine Essenz eines angeblich mexikanischen Kulturgutes erstrebt, sondern Parallelen zu bekannten Filmerlebnissen gezogen, welche nach Mexiko versetzt werden. Die verwendete Ästhetik, welche gefallen und faszinieren will, trägt dazu entscheidend bei.

(3) Durch die vielfältige Verknüpfung und Verwicklung der Komposition erweckt der Film den Eindruck, einen Querschnitt der heutigen mexikanischen Stadtgesellschaft zu geben, also ‚typisch mexikanisch‘ zu sein. Dazu erzählt er Geschichten aus unterschiedlichen Orten und Schichten innerhalb der Stadt.

(4) Die anscheinende Darstellung des Querschnitts erweckt bei den Rezipienten Faszination (Interesse sowie Einfluss auf die Neigungen des Gemütszustandes). Dahingehend schafft *Amores Perros* es, bei den Rezipienten die Empfindung von Authentizität hervorzurufen, selbst wenn der Film bei genauem Hinsehen kein Abbild der mexikanischen Gesellschaft ist und die Motive ebenso mexikanisch wie global sein können.

(5) Die Motive im Film sind nicht regionenspezifisch, sondern global einzuordnen (Kain/Abel-Konflikt / Liebe und Eifersucht / Resozialisierung / Gewalt).

(6) Der Eindruck von Authentizität entsteht vorwiegend durch den Diskurs: Der Film wird zum Kassenerfolg durch innovativen Schnitt, unkonventionelle sowie dokumentarische Kamera, dramaturgisch ausgefeilte Inszenierung und die genau durchdachte Konstruktion der drei Erzählstränge sowie die Filmmusik. Der Film favorisiert einen von multiplen flüchtigen Wahrnehmungen und Kollisionen bestimmten Filmrhythmus über den vergleichsweise kontinuierlichen und homogenen Fluss des klassischen Kinos.

(7) Der Film erzählt Geschichten verschiedener Personengruppen und Gesellschaftsschichten. Damit der Film jedoch nicht als Aneinanderreihung von Kurzgeschichten wirkt, müssen die Unterschiede zwischen diesen Geschichten geebnet und

die Erzählstränge miteinander verbunden werden. Die Struktur des Films ist daraufhin konzipiert und verwendet viel Zeit mit der Verbindung der Geschichten. Die scheinbare Chaotik wird überlagert durch die Komposition des Films, aufgrund welcher der Film ‚funktioniert‘.

(8) Der Film liegt in dem aktuellen Trend, lateinamerikanische Filme zu ‚internationalisieren‘ und sie Mittelklassen anderer Länder zugänglich zu machen. In der Folge ist der Film polyvalent angelegt, um sein heterogenes Publikum interessieren zu können.

(9) Der Film ist kein politischer Film wie *Erdbeer und Schokolade* und *Die Rosenverkäuferin*. Wie jedes Kunstwerk enthält er politische Aussagen (im etymologischen Sinn des Wortes ‚politisch‘), ohne mit einem gesamtgesellschaftlichen Konzept verbunden zu sein. Der Film strebt eine öffentliche Kontroverse an, um bekannt zu werden. Dazu benutzt er in seiner Außendarstellung Schlagwörter, die unter anderem an einen religiösen Kontext anknüpfen (so etwa Sünde, Hass, Liebe, Hoffnung und Tod), die aber im Film selbst nicht religiös-konzeptual verknüpft sind.

(10) Der lateinamerikanischen Geschichte entsprechend, erfolgt eine (in diesem Fall opportune) Hybridisation unter anderem im Genre, im Soundtrack und in den stilistischen Elementen des Films.

Die Figurenkonstellation gestaltet sich derart, dass drei unterschiedliche Erzählstränge hintereinander erzählt werden und sich lediglich kurzfristig durch ihre Chronotopoi überschneiden, ohne dass die Protagonisten außerhalb des Unfalls voneinander Notiz nehmen. Vielmehr sind sie bis auf Cofi, der zu Negro wird, in ihre Konstellationen gebunden. Die Figurenkonstellation kreist jeweils um die männlichen Figuren. Die Charaktere der weiblichen Figuren sind wenig ausgefeilt. Sie sind passive Figuren, die ihr Schicksal nicht selbst in die Hand nehmen können.

Die Hunde (perros) nehmen eine polyvalente Stellung ein. Sie sind im Film Ersatz, unter anderem für zwischenmenschliche Beziehungen/ Liebe (Erzählstrang 1, 2 und 3), für Macht (Erzählstrang 1), für Treue (Erzählstrang 1 und 2) oder für ein Kind (Erzählstrang 2 und 3). Doch das Substitut erfüllt seine Funktion nicht: Wie schnell treue Hundeseelen zum falschen Hund werden und Unterdrückung weitergegeben wird zeigt der Rottweiler Cofi = El Negro, der keinen Versuch startet Octavio wieder zu finden und stattdessen sein neues Revier absteckt. Mit Richie sehen wir Valerias Leben und ihre Karriere als internationaler Star 'vor die Hunde gehen'. Als kranke und später Amputierte kann sie in ihrem Beruf 'keinen Hund mehr vor dem Ofen hervorlocken'. Richie ist ein ebenso teures wie nutzloses Haustier, welches anstatt seiner Rolle als liebender Schosshund und Kindersatz zu entsprechen, die Beziehung von Daniel und Valeria belastet sowie ihr moralisches und finanzielles 'auf den Hund kommen' vorantreibt.

Liebe (amores) oder Liebesbeziehungen werden weder positiv gelebt, noch können sie erfolgreich ersetzt werden. In keiner der drei Erzählstränge ist eine intakte Ehe zu finden. Vielmehr ist es die Umkehrung (Perversion) von Liebe, welche die Handlung voran treibt. Entsprechender als der deutsche Untertitel „Was ist Liebe?“ wäre in diesem Zusammenhang die Frage „Ist das Liebe?“. Warum meint Octavio, Susana zu lieben? Ist es Liebe, wenn Octavio die Frau seines Bruders besitzen, ver- und entführen will? Warum liebt Daniel Julieta

nicht mehr und was reizt ihn an Valeria? Ist es Liebe, wenn er aus Anständigkeit bei seiner Affaire bleibt und vom erfolg'reichen' Herausgeber zum geldlosen Krankenpfleger wird? Ist es Liebe, wenn El Chivo die Familie verläßt, um zum Mörder zu werden? Wenn er seiner Tochter seinen Lohn als Auftragsmörder hinterläßt und sie erneut verläßt, um ihrer würdig zu werden? Kehrt er sich wirklich aus Liebe als Mensch um?

In der folgenden Abbildung signalisiert die rote Einfärbung eines Namens die Zuneigung/Liebe eines männlichen Protagonisten, während die hellblaue Einfärbung den Kain/Abel-Konflikt kennzeichnet. Die Hunde sind in Braun markiert und die Funktion der Figuren gegenüber den Protagonisten ist in Klammern geschrieben. Die Herzen bedeuten Liebe, die Smileys Freundlichkeit, die Blitze Konflikt und die Sonne Freundschaft. Die gestrichelte Linie symbolisiert eine nicht eindeutige Verbindung, ebenso wie das Fragezeichen. Die zwei Ringe stehen für eine formelle partnerschaftliche Beziehung.

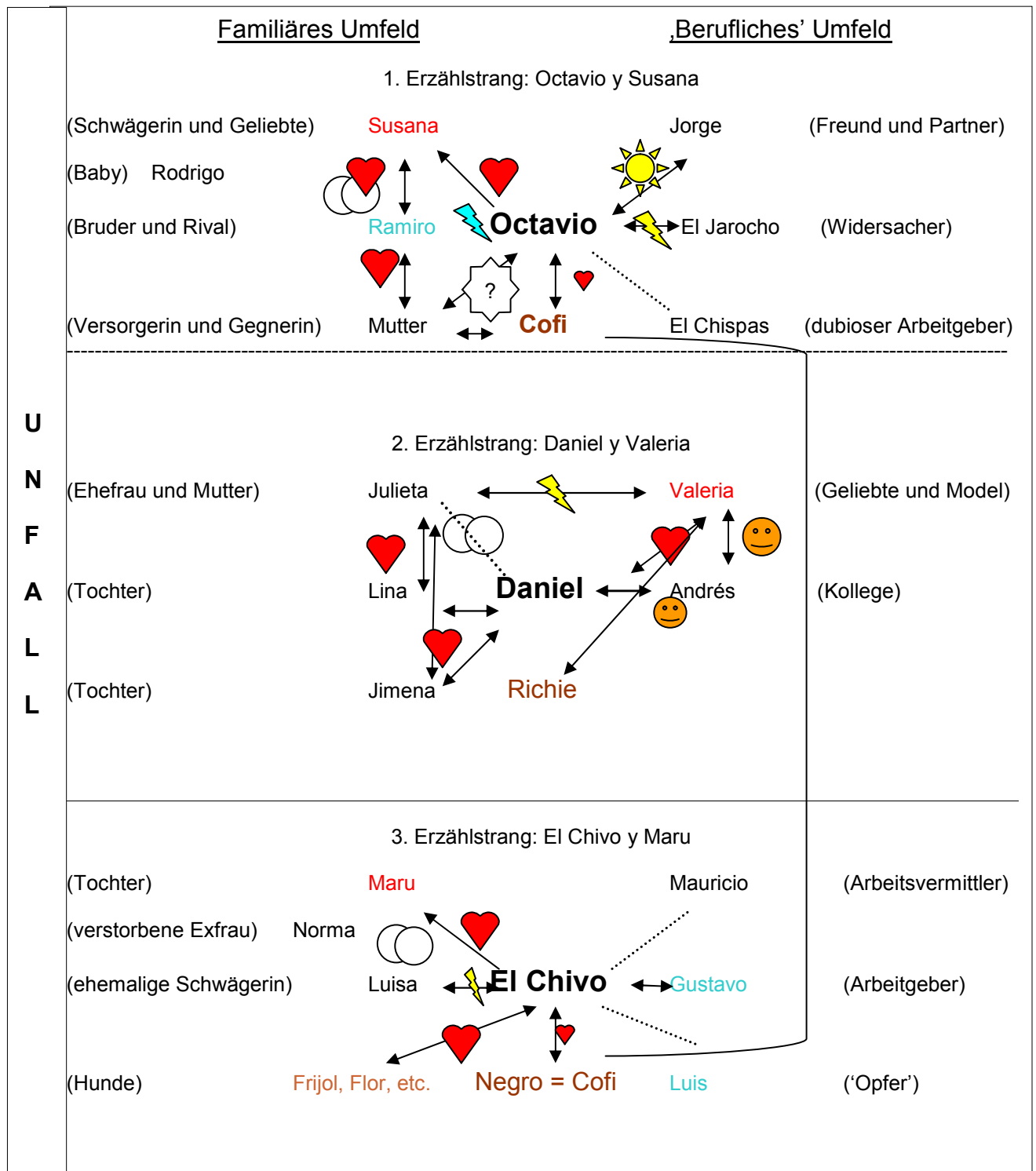


Abbildung 35: Figurenkonstellation (eigene Darstellung)

Die Titeleinblendung am Ende der Exposition eröffnet den ersten Erzählstrang als Rückblick. Er handelt von Octavio, einem circa 20-jährigen geld- und arbeitslosen Mann der oberen Unterschicht. Er lebt mit seiner Mutter, seinem Bruder Ramiro, der Frau seines Bruders, Susana, sowie deren Baby Rodrigo unter einem Dach. Sein Leben wird bestimmt durch eine perspektivlose Langweile und die Rivalität zu Ramiro. Ziel seiner Zuneigung ist die vernachlässigte Frau von Ramiro, die zum zweiten Mal von Ramiro ungewollt schwanger ist, sowie Ramiros Rottweiler Cofi, um den Ramiro sich ebenfalls nicht kümmert und der daher von Octavio in Besitz genommen wird. Susana und Cofi nehmen ähnliche Funktionen

ein: In der kurzen Zeit, in der er beide für sich beanspruchen kann, unterstützen sie Octavios beginnende Männlichkeit und bringen ihn gegenüber Ramiro in eine überlegene Position. Octavio will eine dauerhafte Beziehung zu Susana, Von menschlicher Liebe und echter Zuneigung ist jedoch jenseits der familiären Bekanntheit und Susanas Rolle als „Objekt“ der Begierde beider Brüder wenig zu spüren. Octavio entdeckt durch einen Zufall die kämpferische Begabung Cofis und nutzt diese, um Geld zu verdienen. Die Gewinne der Kämpfe spart er für seine erträumte Zukunft: ein bürgerliches Leben mit Susana im Norden von Mexiko. Susana lässt sich auf eine Affäre ein, entscheidet sich jedoch letztendlich für Ramiro und gibt diesem das Geld. Octavio lässt Cofi in der Hundearena immer wieder zum Mörder werden, bis er selbst zum Angegriffenen wird und Cofi zum Angreifer. Nach dem angeblich letzten Kampf von Cofi verliert Octavio im Verlauf des Unfalls seinen Freund Jorge und seine Geldquelle Cofi. Als Ramiro bei einem Banküberfall erschossen wird, bleibt Octavio nichts mehr: Die Familie ist entzweit und Susana weist ihn weiter ab. Die Episode endet in Octavios vergeblicher Hoffnung auf Susanas Bereitschaft, mit dem Baby und ihm die Stadt zu verlassen.



Abbildung 36: Octavio (0:06'57''13), Daniel (0:15'37''20), El Chivo (0:14'56''20)

Die zweite Geschichte kreist um den 40-jährigen Verleger Daniel, der sich von seiner Ehefrau Julieta und seinen zwei Töchtern trennt, um mit dem spanischen Fotomodell Valeria und ihrem tibetanischen Rassehund Richie in eine modegerechte Stadtwohnung zu ziehen. Ohne Valerias Wissen hat er die Wohnung erstanden, renoviert und ihren Umzug organisiert. Durch ein bekanntes männliches Modell Andres, der sich in einer Talkshow als Valerias Partner ausgegeben hat – wohl um seine Homosexualität zu verbergen –, wird Valeria in ihr neues Zuhause geführt. Da kein Alkohol zum Anstoßen vorhanden ist, fährt Valeria mit dem Lhasa Apso in Richtung Getränkehändler. Im folgenden Unfall wird sie schwer am Bein verletzt. Sie bleibt zunächst an den Rollstuhl gefesselt und verbringt ihre Tage in der neuen Wohnung mit Richie. Der Traum von Daniels Glücks wird zum Alptraum. Richie erlebt die Hölle, die das Paar durchmacht, im Kleinen. Er fällt zwischen den Boden und das darüber gelegte Parkett und ist tagelang gefangen. Valerias Verletzung stellt Daniels Beziehung zu ihr auf die Probe. Er ist finanziell bereits durch die Wohnung stark geschwächt und muss nun auch ihre Pflege übernehmen. Als sich Valeria nach einem heftigen Streit einschließt und ohnmächtig wird, muss ihr verletztes Bein amputiert werden.¹⁵⁰ Sie verliert daraufhin ihren Job und ihre Zukunft. Trotz Zweifeln bleibt Daniel bei ihr und auch Richie überlebt.

¹⁵⁰ Eine Hommage an Luis Buñuel's surrealen und gesellschaftskritischen Film *Tristana* (Spanien 1970)? Die junge Waise Tristana sieht sich in dieser Literaturverfilmung nach dem Verlust eines Beines gezwungen, ihren Tutor und Geliebten Don Lope zu heiraten. Sie fühlt sich eingesperrt und wird in der lieblosen Verbindung zunehmend unglücklicher und obsessiver.



Abbildung 37: Susana (0:29'19"24), Valeria (0:57'50"25), Maru (0:39'15"14)

Der dritte Handlungsstrang handelt vom circa 60-jährigen El Chivo.¹⁵¹ Eigentlich heißt er Martín und war Universitätsprofessor, bis er sich Ende der 1960er Jahre der Guerilla anschließt, im Untergrund kämpft und danach lange Zeit im Gefängnis sitzt. In dieser Zeit lässt sich seine Ehefrau Norma von ihm scheiden und erzählt ihrer gemeinsamen Tochter, er sei tot. Zum Zeitpunkt der Handlung, Ende der 1990er Jahre, existiert El Chivo sozial unsichtbar am Rand der Gesellschaft. Er führt Auftragsmorde durch und lebt zusammen mit einer Horde Hunden, seinem Ersatz für menschliche Beziehungen, in einem verlassenem Mittelklassehaus. Nach einem Mord liest er in der Zeitung von seiner Tat und sieht dabei auch die Todesanzeige seiner Exfrau. Bei der Beerdigung erblickt er zum ersten Mal seit Jahren seine Tochter Maru (Kurzform von María Eugenia) wieder. Seine Schwägerin erkennt Martín und verbietet ihm jeglichen Kontakt zu Maru. Dennoch beobachtet er danach die Wohnung seiner Tochter und dringt ein, als sie außer Haus ist. Eifersüchtig stöbert er durch ihre Photos und stiehlt ein Bild, welches sie, ihre Mutter und den Stiefvater bei der Universitätsabschlussfeier zeigt. Den Unfall verfolgt El Chivo als unbeteiligter Passant. Während er Octavio im Verlauf der Rettungsaktion bestiehlt, hat er Mitleid mit dem halbtoten Cofi und pflegt ihn gesund. Als sich der Rottweiler weitgehend erholt hat, beißt er seine Rivalen, die anderen Hunde El Chivos, tot. So führt das Tier ihm sein eigenes Dasein vor Augen und entzieht ihm sein soziales Umfeld. Dieser Akt könnte als Brudermord gesehen werden und den Kain/Abel-Konflikt der Erzählung verstärken. El Chivo beschließt daraufhin, innerlich und äußerlich wieder zu Martín zu werden, sein bisheriges Leben aufzugeben und seine Tochter Maru für sich zu gewinnen. Der Film endet in seinem Aufbruch in eine hoffnungsvolle Zukunft, in der er versuchen will, seiner Verantwortung als Vater gerecht zu werden. Eine Nebenhandlung dieses Stranges ist die Episode von Gustavo und Luis, die den Kain/Abel-Konflikt in der dritten Geschichte weiterführt. Gustavo bezahlt El Chivo, um seinen Halbbruder und Geschäftspartner Luis zu ermorden. Doch Martín beschließt, das Geld zu nehmen und die beiden ihren Konflikt unter sich austragen zu lassen. Er lässt die beiden Männer wie zwei Hunde aufeinander los.

Gewalt beherrscht die Konstellation. Die gewaltbehafteten Motive Hund, Staat, Rivalität (Bruderkonflikt/Familie), Grenzerfahrungen und *machismo* werden in der Entwicklung der Erzählung mit Sinn aufgeladen. Gewalt durchdringt alle und alles. Die Handlung des Films

¹⁵¹ Chivo (wörtlich ‚Der Ziegenbock‘) ist eine meist negativ gedeutete Tiersymbolfigur. Während vorchristliche Weltbilder seine Virilität beachten (Böcke ziehen den Wagen des germanischen Donnergottes Thor), gilt er in christlicher Tradition als Sinnbild für den Sünder, für Unkeuschheit und für den Teufel. Nach Matthäus 25,32 trennt der Weltenrichter die Gerechten von den Ungerechten wie der Hirte die Schafe von den (Ziegen-)Böcken. In der christlichen Kunst ist er auch Symbol für das Judentum (-> Tieropfer) und selten für Christus in der Funktion des ‚Sündenbocks‘ (Lev 16,5ff.).

basiert auf Gewalt: El Jarocho (wörtlich ‚der Gemeine‘) schießt den Hund Cofi an, worauf Octavio El Jarocho ein Messer in den Bauch rammt. Octavio muss vor El Jarochos Clique flüchten und verursacht den Unfall, der die Mimesis der drei Erzählstränge zusammenhält. Gewalt ist nicht auf eine Schicht (die Unterschicht) beschränkt, sondern findet in allen Klassen statt. Des Weiteren treiben mit Gewalt verbundene Umstände sowie ihre Antizipation die Handlung der Geschichten voran:

a) Im ersten Teil ist der Bruderkonflikt Auslöser für Octavios Handlungen. Mit seiner Mutter steht Octavio ebenfalls in Konflikt, sie greift ihn mehrmals verbal an und bezieht Ramiros Seite (Sequenzen 7, 12 und 40). Der Einsatz seines Hundes als Kampftier ermöglicht Octavio eine zeitweilige Dominanz über Rodrigo sowie El Jarocho und scheint ihm einen Ausweg aus seiner Situation zu ermöglichen. In der Figur El Jarocho findet sich eine kontrastive Absicherung gegenüber Octavio: El Jarocho hat alle Insignien eines Machos (siehe Sequenz 12: Sein Gesichtszucken deutet auf überdeckte Unsicherheit, Nervosität und Kokainkonsum hin, sein Goldzahn – der Ersatz für einen ausgeschlagenen Zahn? –, die Kette, die Ohrringe und die Sonnenbrille sind Merkmale). Auch Ramiro hat ähnliche Merkmale. Seine Figur ist reduziert auf Triebhaftigkeit, Macho-Machtgehab und seine Gewalttätigkeit gegenüber Schwächeren. Dagegen muss der jüngere Octavio sich profilieren. Mit dem Kampfgehalt erkaufte Octavio sich die Achtung seiner Schwägerin Susana und das brutale Zusammenschlagen seines Bruders. Die Antizipation des Überfalls auf Rodrigo bringt die erste *on-screen*-Sexszene (Sequenz 37) zwischen Octavio und Susana mit sich. Durch den Unfall verliert Octavio den Freund und den Hund. Als Rodrigo bei einem Raubüberfall gewaltsam stirbt (1:46'42"10), wird Octavio zudem der Gegner genommen. Er bricht in der Konsequenz nicht aus der Stadt aus und beginnt ein anderes Leben, sondern ist unschlüssig, motivationslos und bleibt weiter in dem für ihn zukunftslosen Mexiko-Stadt. Der Antrieb für gewaltvolle Handlung sind bedingt monetäre Ziele. Geld ist jedoch nicht von Dauer und ist ebenso schnell verloren oder gestohlen, wie es gewonnen oder erstohlen wurde.

b) Im zweiten Teil sind die Folgen der Gewalt, die im Unfall durch den Zusammenstoß der Autos Valerias Körper zugefügt wurde, handlungsbestimmend. Valeria ist nicht mehr unabhängig. Sie kann nicht mehr alleine aufstehen (1:01'51"17), für ihren Hund sorgen (1:03'13"12), nicht zum Einkommen des Paares beitragen oder als gleichberechtigte Partnerin funktionieren (1:17'34"01). Einziger Kontakt zur Außenwelt ist Daniel. Die Beziehung zu ihm wird immer schwieriger und Valeria immer aggressiver (1:20'49"08). Die Suche nach dem Hund wird wie Valerias Zustand immer verzweifelter und kann nur durch Gewalt gelöst werden (1:28'19"02). Valeria wird das Bein amputiert und für Richie wird der neue Parkettboden zerstört. Alle anderen Versuche, Richie unter dem Parkettboden hervorzulocken, scheiterten zuvor (1:07'48"01 + 1:08'37"18). Während der 21 Filmminuten, in denen der Hund gesucht, gerufen und gelockt wird, er abwesend und doch ständig präsent unter dem Fußboden winselnd ist, kommen im Zuschauer immer stärker das leichte Gefühl der Beklemmung und Ansätze von Hysterie auf.¹⁵² Die Atmosphäre der Gewalt und ihre Antizipation wird durch die Amputation von Valerias Bein bestätigt. Daniel zeigt Richie gegenüber keine Zuneigung. Sein Verhalten, wie besessen das Parkett aufzureißen, um Richie zu finden, ist zunächst unangemessen. Es scheint fast, als würde Daniel denken,

¹⁵² In der Kinovorstellung, die ich im Frühjahr 2001 in New York besuchte, riefen mehrere Zuschauer während des Erzählstrangs ‚daniel y valeria‘ sowie während des Abspanns, die Protagonistin nachahmend, in hoher Stimmlage wiederholt den Namen des Hundes: *Richie*.

wenn er Richies Gefangensein beenden könne, würde sich die Situation mit Valeria verbessern und sie von den Folgen des Unfalls genesen.

c) Im dritten Teil verdient El Chivo seinen Lebensunterhalt durch Gewalt: Er ist Auftragsmörder. Auch vor der Zeit der Filmhandlung wird sein Leben von Morden beherrscht. Die Entscheidung zum bewaffneten Widerstand gegen die Staatsgewalt trennt den jungen Martín von seiner Familie und macht ihn zu El Chivo. Seine Guerillaaktivitäten und Morde an Regierungsangehörigen bringen ihn in der Konsequenz für 20 Jahre ins Gefängnis. Nach der Entlassung wird er zum Stadtstreuner, Hausbesetzer und Auftragsmörder. Seine Vorgeschichte erfahren wir von Mauricio¹⁵³, dem Polizisten, der ihn nach seinen Aussagen inhaftiert hat und der ihm jetzt die Aufträge vermittelt (1:30'06'22 - 1:32'51''03). Die Spirale der Gewalt wird erst beendet, als der Rottweiler seine Rivalen tötet. El Chivo will ihn im Reflex erschießen (hier ist die Antizipation der Gewalt klar gesteuert durch das Laden seiner Pistole), entscheidet sich um (1:56'19''22) und schreit ihn nur an: *Esto no se hace, ¡cabrón! ¡Esto no se hace! Esto no se hace, ¡tonto!* (1:56'22''00 - 1:56'29''08). Nach diesem Gefühlsausbruch tötet El Chivo nicht mehr.

Die Gewaltdarstellung kann als Kritik an der mexikanischen Gesellschaft und dem Verlust von Humanität im Großstadtschmelge interpretiert werden (Niogret 2000: 26). Meine These dazu ist, dass sie daneben als diskursives Mittel zur sympraktischen Effektmache und zur Auslösung von Gefühlen der Betroffenheit, Faszination und Authentizität genutzt wird (These 4). Die Schwindeleffekte werden als Verfahren genutzt, um Reflexe auszulösen und um Sinn zu erzeugen.

2.3.5.1 Die strukturelle Verbindung der drei Erzählstränge: das Konstrukt *Amores Perros*

Die drei Erzählstränge des Films werden durch den Unfall und die Hunde sowie einige strukturelle Merkmale miteinander verwoben (These 7). Während die hier dargestellten Ordnungsmerkmale der thematischen Einfärbung und der Grundthemen unbewusst wirken, ist das oberflächliche Chaos der Reiz-Eindrücke bewusst. Eine zusammenfassende Darstellung der vom Drehbuchautor Guillermo Arriaga in einem Interview genannten Ordnungsmerkmale findet sich in folgender Darstellung:

Merkmal \ Erzählstrang	octavio y susana	daniel y valeria	el chivo y maru
Genre	realistisches Drama	absurdes Theaterstück	psychologisches Drama/Thriller
Schnitt	schnell (durchschnittlich 1,29 Minuten/Sequenz)	etwas langsamer (durchschnittlich 1,45 Minuten/Sequenz)	noch langsamer (durchschnittlich 2,04 Minuten/Sequenz)
Raum Mexiko-Stadt	Lomas d. Chapultepec	Condesa	beide Stadtviertel
Soziale Schicht	obere Unterklasse	obere Mittelklasse	beides u. keines zugleich: sozial unsichtbar
Lebensalter d. Männer	20 (Jugend)	40 (Reife)	60 (Alter)

¹⁵³ Mauricio ist der einzige offensichtliche Hinweis im Film auf die Korruption des mexikanischen Staatsapparates unter der PRI-Regierung und das Nichtfunktionieren der Polizei.

Merkmal \ Erzählstrang	octavio y susana	daniel y valeria	el chivo y maru
zeitlicher Blickwinkel	Vergangenheit	Gegenwart	Zukunft
Vatermodell	V. nicht vorhanden	V. verlässt Kinder	V. will zum Kind zurück
Kinder sind	hinderlich	hinderlich	Motivation zur apokalyptischen Wende
Bruderkonflikt	vorhanden	-	vorhanden
Motiv Untreue	Ramiro vs. Susana und umgekehrt	Daniel vs. Julieta	Luis vs. Ehefrau
Motiv Kampf	Hunde	Partnerschaft	Wertigkeit
Motiv Hunde	Cofi: Freund, Geld-, Machtquelle u. Mörder	Richie: Schoßhund und Kindersatz	Cofi = Negro: Mörder und Heiler
Motiv Gewalt	Unfall, Mord, Angriff auf Susana sowie Ramiro	Unfall, Operation, Aggressivität in der Beziehung	Unfall, Revolution, Morde, Entführung, Einbruch
Motiv Rivalität	Octavio vs. Ramiro und el Jarocho, Hunde	Julieta vs. Valeria, Andrés vs. Daniel	El Chivo vs. Stiefvater, Hunde, Gustavo vs. Luis

Tabelle 2: strukturelle Verbindung der drei Erzählstränge. Quelle: eigene Darstellung entsprechend den Interviewangaben von Arriaga in BOMB Sommer 2001: 72f. und eigenen Beobachtungen

Je nach Kompetenz des Zuschauers kann dieser wenige oder viele dieser Strukturmerkmale erkennen und zum Filmverständnis nutzen. Die Verwendung von Zeit, Lebensalter der Protagonisten, Vaterfigur und der gemeinsamen Motive gibt dem Film trotz der Erzählung von unabhängigen Geschichten eine Art von Kontinuität: von jung zu alt, von Rückblick zu Ausblick (Vergangenheit zu Zukunft), von Unterschicht zu Oberschicht und von einem weggehenden (oder sterbenden) Vater zu einem, der wieder zurück möchte. Octavios, Ramiros und Susanas Väter sind nicht existent im Film. Daniel verlässt seine Töchter und Ehefrau für eine jüngere Frau, Valeria, die keinen Kontakt hat zu ihren Eltern. El Chivo verlässt seine Tochter für seine politischen Ziele, die Revolution. Maru wird daraufhin von einem anderen Mann aufgezogen, ohne zu wissen, dass ihr leiblicher Vater lebt. Luis und Gustavo aus dem Nebenstrang der dritten Geschichte haben verschiedene Väter. Die Vertiefung des Bruderkonflikts durch Luis und Gustavo und seine Verankerung in mehreren Erzählsträngen umgehen eine Stereotypisierung und macht den Konflikt sinnhaft. Der Diskurs passt sich dem mimetischen Rhythmus der einzelnen Geschichten an bzw. macht ihn – den Lebensgestus imitierend – aus.

Auch das Thema der Migration verbindet die Erzählstränge: Octavio will aus dem Großstadtsumpf, der für ihn keine Perspektive und keine Arbeit bereithält, entkommen und sich in der Ferne eine Zukunft aufbauen. Valeria migriert aus Spanien nach Mexiko, weil sie hier mehr Karrierechancen sieht. El Chivo migriert am Ende der Erzählung in die Ferne, bereit, ein neues, moralisch besseres Leben zu beginnen, welches in Mexiko-Stadt nicht möglich scheint. Die in jedem Erzählstrang vorkommende Untreue ist ein gemeinsames Motiv. Der Bruderkonflikt und der Rottweiler geben der Handlung einen gemeinsamen Anfangs- und Endpunkt, und Mexiko-Stadt Ende der 1990er Jahre ist der gemeinsame Chronotopos.

Die komplementäre und kontrastive Struktur zeigt, wie der Film den Eindruck eines Querschnitts der Gesellschaft erweckt (These 3) und im Genre hybridisiert (These 10). Es sind anscheinend repräsentative Mitglieder der Unter- und Mittelschicht enthalten, wobei durch die Darstellung der oberen Mittelschicht auch Ansätze der Oberschicht gezeigt werden. Dadurch sind alle Schichten in den Erzählsträngen vertreten. Auch die Lebensalter der Protagonisten entsprechen diesem Bild. Bei genauerer Prüfung muss jedoch festgestellt werden, dass der Anschein trügt (These 4). So werden im Film keine Bilder der Hüttensiedlungen gezeigt, die den Großteil der Stadtfläche ausmachen. Entsprechend wird die Mehrzahl der Stadtbewohner – indigene ehemalige Landbevölkerung und Zuwanderer – nicht abgebildet. Der Film interessiert sich nicht für Politik, sondern für Persönliches und gleichzeitig Universales (These 9). Das Persönliche wird universal, weil es erfahrbar gemacht wird als Bestandteil kollektiven Übels. Die Vorstellung von Familie als positivem Wert (trautes Heim und Ort der Zuflucht) wird enttäuscht und gesellschaftliche Problemen in der (kaputten) Kleinfamilie verdeutlicht. Dysfunktionale Väter könnten als Sinnbild für den Staat stehen (Shaw 2003: 60), ebenso wie die Menschlichkeit von Mannequin Valeria das Starmodell oder unsere Einstellung dazu kritisieren könnte (ebda). Es gibt keine klaren Helden oder Bösewichte, die Protagonisten sind vielschichtig. Bemerkungen der Filmemacher in Richtung Politisierung werden meiner Ansicht nach als Werbemittel eingesetzt (These 10).¹⁵⁴ Es ist bemerkenswert, dass alle drei männlichen Protagonisten europäischer (spanischer) Abstammung sind. Damit entspricht *Amores Perros* der Mehrzahl der mexikanischen Kino- und Fernsehproduktionen, in denen Menschen indigener Abstammung unterrepräsentiert sind. Somit ist nicht verwunderlich, dass bei einer Umfrage unter mexikanischen Zuschauern die Mehrzahl *Amores Perros* für eine repräsentative Darstellung der mexikanischen Stadtgesellschaft hält (Scherg 2003: 81). *Indigenas* werden in Film und Fernsehen entweder nicht repräsentiert oder als Nebenfiguren verwendet, zum Beispiel als Dienstpersonal in den *telenovelas* (Rashkin 2001: 194). Auch die breite Masse der unteren Mittelschicht sowie Unterschicht ist kaum repräsentiert, es finden sich zum Beispiel keine kleinen Ladenbesitzer (These 8).

Zusätzlich verbindet die Montage des Films die Handlungsstränge miteinander. In jeder Geschichte werden Teile anderer Handlungsstränge eingeschnitten, ohne dass sie eine direkte Verbindung zueinander hätten. So enden alle Geschichten innerhalb der letzten zehn Filmminuten. Der Modus des Episodenfilms bleibt grundsätzlich erhalten, ohne den üblichen Einzelcharakter oder ein abgehacktes Nacheinander zu implizieren. Die strukturelle Verbindung der Erzählstränge soll den Film zu einer Geschichte mit drei Kapiteln vereinen (Pérez Soler 2001: 29). Iñárritu betont in Interviews, keine drei Geschichten erzählen zu wollen, sondern die Verbundenheit menschlichen Lebens miteinander zu thematisieren (Chumo 2000: 10), sowohl über den Chronotopos als auch über die Motive Gewalt, Liebe, Hass, Macht etc. Insofern versucht er, über die Montage auch eine thematische Verknüpfung zu erhalten. Er schneidet Szenen von Cofi, Ramiro und El Chivo aneinander und bringt so gewalttätige Handlungen zueinander. Während Octavio bemerkt, dass Ramiro Susana geschlagen hat (0:10'00), bereitet sich El Chivo auf seinen nächsten Mord vor (0:10'39). Nach einem Gespräch zwischen Ramiro und Octavio über Ramiros Nebeneinkommen (0:13'21) erschießt El Chivo einen Geschäftsmann (0:14'25), und nach Ramiros erstem *on-screen*-Raubüberfall (0:18'00) liest El Chivo die Todesanzeige von Norma (0:18'52). Durch

¹⁵⁴ *It is not a political film, but it has a lot to do with the consequences of a political system that existed in my country for 71 years.* (Iñárritu in Shaw 2003: 60)

die Vernetzung der beiden Erzählstränge wird auch der mörderische Hund Cofi mit El Chivo in Verbindung gebracht. Neben Gewalt werden hier Machismo und Macht sowie Geldsucht thematisiert.

2.3.5.2 Der gewaltige und gewalttätige Raum: Mexiko-Stadt

Die drei narrativen Stränge sind auch durch städtische Charakteristika miteinander verbunden: durch das Verkehrschaos, die durch Kriminalität verursachte Unsicherheit und das hektische Durcheinander, welches in einem Verkehrsunfall endet, bei dem ein Mensch stirbt und zwei Menschen und ein Hund schwer verletzt werden. Der Eindruck, einen Querschnitt der heutigen mexikanischen Stadtgesellschaft zu geben, also ‚typisch mexikanisch‘ zu sein, entsteht durch das Erzählen von Geschichten aus unterschiedlichen Orten innerhalb der Stadt (These 3). Die Sequenzen aus ärmeren Stadtvierteln (siehe Abbildungen Haus und Straße) sind in *Lomas de Chapultepec* gedreht, während die Sequenzen aus der Welt von Maru, Daniel, Gustavo oder der Mord im Restaurant (siehe Abbildungen Ort Maru und Restaurant) in der *Condesa* gedreht wurden.



Abbildung 38: Octavios Haus (0:04'11''03), Straße (0:08'54''03), Ort Maru (2:17'57''19), Restaurant (0:15'00''02)

Zusätzlich zum gemeinsamen Chronotopos Mexiko-Stadt in den 1990er Jahren hat jede Geschichte ihren individuellen Chronotopos. Jeder Ort hat seine eigene Verbindung mit den Themen Konflikt und Gewalt (These 5). Die Geschichte von Octavio findet hauptsächlich im Haus der Familie und in El Chispas Innenhof, in dem die Hundekampfarena aufgebaut ist, statt. Seine Umgebung ist viel in Blautönen gehalten, wie z.B. die Wände seines Zimmers, seine Kleidung und die Hauswände von El Chispas Haus. Das Haus von Octavios Familie wirkt einfach, eng und vollgestellt. Es ist ein konfliktbehafteter Raum, an dem häufig Familienstreitigkeiten stattfinden. Hier leben Octavio, Ramiro mit Hund, Partnerin Susana und Baby sowie die Mutter der Brüder. Die Wände sind dünn und verhindern eine Privatsphäre der Familienmitglieder. Kleine Räume, lange Gänge und eine quadratische Form des Hauses sind typisch für viele Häuser in Mexiko-Stadt.¹⁵⁵ Sie verbreiten ein Gefühl der Enge, einem Vorboten der Angst. Ein Papstportrait und der Hausaltar im Treppenhaus (0:34'16''25) sind ebenfalls weit verbreitet und geben einen Hinweis auf die Religiosität der Mutter. Octavios Zimmer ist das Zimmer eines Jugendlichen, in dem Familienphotos, Poster von Musikgruppen und Aufkleber die noch vorhandene Verbundenheit mit seiner Kindheit zeigen. Das Zimmer von Ramiro und seiner kleinen Familie ist ähnlich, wenn auch etwas erwachsener eingerichtet. Die Küche als Ort der Zusammenkunft ist auch Topos für Streitigkeiten und Eifersüchteleien unter den Brüdern. Die Konfrontationen finden jedoch auch im Badezimmer (0:30'25''19) und in Octavios Zimmer (0:37'57''00) statt. Im Gegensatz

¹⁵⁵ Laut Statistik des mexikanischen Statistikinstituts leben im Bundesland *Distrito Federal*, der zu einem Großteil aus Mexiko-Stadt besteht, 1,9 Personen in jedem Schlafzimmer und 4 Personen zusammen in einem Haushalt. (<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/tematicos/mediano/ent.asp?t=mviv02&c=3399>, letzter Zugriff: 12.08.2004) Hinzu kommt die Dunkelziffer der zugewanderten Landbevölkerung, die am Rande der Stadt in ärmeren Verhältnissen lebt.

zu seinem Zuhause ist die Hundekampfarena ein Ort der Bestätigung für Octavio. Hier finden täglich Kämpfe und Auseinandersetzungen statt, doch sind es solche, die Octavio gewinnen kann. Es scheint fast, als würde Octavio hier erwachsen werden, lernen, ‚Geschäfte‘ zu machen, zu verhandeln und zu bestehen. Seine Männlichkeit wird mit jedem erfolgreichen Kampf weiter bestätigt.



Abbildung 39: Octavios Zimmer (0:16'42''20 + 0:51'18''13), Daniels Wohnzimmer (0:56'39''01), Wohnung El Chivos (1:47'15''01)

Daniel und Valeria halten sich vorwiegend in ihrem neuerstandenen Heim, einem schönen Stadtpartment, auf. Hier sind viele helle Brauntöne und klare Farben zu finden. Beim Drehen wird viel Licht verwendet. Die luxuriöse Wohnung ist von Daniel zum Teil mit Valerias Möbelstücken eingerichtet worden. Er hat zudem eine professionelle Fotoserie von Valeria im Wohnzimmer aufgehängt. Von ihrem Wohnzimmerfenster aus ist ein übermenschlich großes Werbeplakat mit Valeria zu sehen. Die Wohnung scheint seine Verehrung für Valeria auszudrücken und macht sie zu seinem Fetisch: der reife Mann, der wegen eines schönen und sehr viel jüngeren Models seine Familie verlässt und seine jugendliche Liebe anbietet. Vor dem Unfall ist Valeria in ihrem beruflichen Umfeld vor der Kamera zu sehen, d.h. auf Photos, Plakaten und in einer Talkshow. Nach dem Unfall liegt sie lange in einem – naturgemäß sterilen – Krankenhaus, welches jedoch wenig *Screen time* in Anspruch nimmt. Das Krankenhaus ist für sie ein Ort des Übergangs. Sie muss infolge ihrer Verletzung ihre Karriere aufgeben und ist zu Hause eingesperrt. Der Traum wird zum Alptraum. Daniel ist zusätzlich in seinem beruflichen Umfeld, einer Zeitschriftenagentur, sowie in dem Haus, welches er zu Beginn der Geschichte noch mit seiner Ehefrau und den zwei gemeinsamen Töchtern teilt, zu sehen. Daniels Zuhause ist ebenfalls ein Ort des Konfliktes, zuerst mit seiner Ehefrau Julieta und dann nach dem Ortswechsel (0:57'57''19) mit seiner Partnerin Valeria, die sich nur schwer mit ihrer neuen Abhängigkeit arrangieren kann.

El Chivo wohnt mit seinen Hunden in einem verkommenen und verlassenem Mittelklassehaus. Es ist dunkel gehalten, sowohl in der Ausstattung als auch in den Lichtquellen. Das Haus kann dem Zuschauer einen Hinweis auf El Chivos ursprüngliche Klassenzugehörigkeit geben. Er lebt nicht auf der Straße oder in einer Holzhütte, wie viele arme von Mexiko-Stadt¹⁵⁶, sondern in einem gemauerten Haus. El Chivos Bleibe ist vollgestopft mit alten Papieren und schmutzigen Fundsachen. Sein Heim wird zum Kampfort, als der Rottweiler seine Rivalen tötet, und später, als El Chivo Luis, den er für circa 10.000 Euro töten sollte, stattdessen zu sich nach Hause entführt und ihn und seinen Auftraggeber und Halbbruder Luis miteinander konfrontiert. Der Ausgang des Konflikts der Brüder wird im Film nicht gezeigt. El Chivo besitzt einen auffälligen, aber funktionierenden Wagen, der ihm in der Stadt Mobilität ermöglicht. Er ist der Einzige in der

¹⁵⁶ Nur 64,2 % der mexikanischen Bevölkerung wohnen laut Statistik im Jahr 2000 in einem Haus mit einem festen Dach (= ein Dach aus Beton, Stein, Rollblech, festen Ziegeln oder ein Terrassendach). (<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/tematicos/mediano/med.asp?t=mviv06&c=3404>, letzter Zugriff: 12.08.2004)

Figurenkonstellation, der räumlich den anderen Figuren mehrmals näherkommt. Er tritt jedoch nicht in eine bewusst wahrgenommene Interaktion mit ihnen. El Chivos vorwiegender Aufenthaltsort ist die Straße, durch die er mit seiner Hundeschar auf der Suche nach Weggeworfenem zieht. Dabei hält er sich sowohl in der Nähe von Octavios Heim als auch dem von Daniel und El Chivos Klienten auf. Durch Octavios Viertel streunend, hat er eine Begegnung mit El Jarocho, in der er ihn mit der Machete bedroht (0:08'30). Im Hintergrund ist Cofi zu sehen. Susana und Rodrigo laufen mit Ramiro an El Chivo vorbei, als dieser Passfotos von sich für seine Tochter machen lässt (1:36'21). Es findet ein kurzer Blickaustausch statt, der keine Konsequenzen hat. El Chivo sieht den Unfall als Unbeteiligter und berührt Octavio, als er ihn aus dem Autowrack herauszieht. Er bestiehlt ihn. El Chivo wird nicht bemerkt oder wenn, dann nur kurzfristig mit Unbehagen. Er scheint ein unangenehmer und leicht vergessener Teil der Millionenstadt zu sein. Dies ist als Auftragsmörder seine sicherste Deckung.



Abbildung 40: Mexiko-Stadt (0:00'54''16 + 0:05'40''00 + 0:46'44''01 + 1:28'40''09)

Der Hintergrund der Abbildungen zu Mexiko-Stadt ist eher unscharf gehalten oder liegt im Dunkeln. In der zweiten Abbildung verbirgt die Unschärfe das dahinterliegende Stadtviertel mehr, als es zu zeigen. Es gibt im Film in 39 von 95 Sequenzen Außenaufnahmen, die relativ kurz gehalten sind. Sie geben über den offensichtlichen Ort ‚Straße‘ oder ‚Gehweg‘ oder ‚Feld‘ Auskunft, aber keine Orientierung oder Möglichkeit zur Wiedererkennung der Stadt. Mexiko-Stadt ist hier eine Megametropole ohne besondere mexikanische Charakterzüge. Das Verkehrschaos, welches im Film mit für den Unfall verantwortlich ist und das profilmische Mexiko-Stadt besonders betrifft, könnte auch für eine andere Großstadt typisch sein (These 1). Auch die soziale Unsicherheit ist ein Problem aller lateinamerikanischen Millionenstädte. Als Metropole werden ihre Extreme (arm – reich / sichtbar – unsichtbar / hektisch – ruhig / Glück – Unglück) in den Geschichten der Protagonisten gezeigt. Im Versuch, in der Stadt zu überleben, sucht jeder auf brutale Weise nach dem eigenem Glück. Träume und Visionen – so scheint es in dem ersten und dem letzten Erzählstrang – können nur außerhalb gelebt werden.¹⁵⁷ Octavio sieht seine Chance bis zuletzt in einem Umzug in den Norden, und auch El Chivo will aus seiner gewohnten Umgebung heraus. Bemerkenswert ist die Bild-Ton-Montage als Mittel städtisch-synchroner Raum-Zeit-Darstellung; der Rhythmus der Stadt im Film wird entscheidend durch die Musikmischung getragen (These 6).

2.3.5.3 Der Ton als Orientierungshilfe, Kommentar und Überträger des Images

Die Tonspur bringt in *Amores Perros* eine Orientierung für die Zuschauer und einen Zusammenhalt zwischen den einzelnen Geschichten. Laut Chion 1994: 61, werden akustische Informationen grundsätzlich schneller verarbeitet als Bilder. Bilder erhalten ihre

¹⁵⁷ So lebt auch González Iñárritu mittlerweile in Los Angeles, der Stadt für Filmkarriere-Träume.

Prägnanz und Intelligibilität oft erst durch die hinzukommende Information eines synchron gelegten Tones. Der Ton wirkt damit der Dynamisierung und Fragmentierung der visuellen Erzählweise des Filmes entgegen und hilft, Sinn zu machen, wie dies für die erste Sequenz bereits gezeigt wurde (siehe 2.3.5.2). Der Sinn wird von den Zuschauern erschlossen, indem sie ihre Subjektivität und eigene Wertigkeit mit einbringen. So müssen die Zuschauer, um die ersten sechs Sekunden des Films verstehen zu können, den Autolärm als solchen identifizieren können. Um auf das Motiv ‚Flucht‘ zu kommen, muss das Hecheln als Zeichen der Angst und Hektik erkannt werden. Der Sinn als die sympraktisch gemachte Zuordnung der filmischen Informationen wird durch asynchrone Hintergrundmusik erwirkt (These 6). Der hier vorgenommene effektive Einsatz der Filmmusik ist damit wesentliche Voraussetzung zu einem (international möglichen) Verständnis und zum Funktionieren des Films.

Der Soundtrack¹⁵⁸ ist eine Mischung aus mexikanischem Rock, Rap und elektronischer Hintergrundmusik bzw. Motiven, die das im Film gezeigte Bild eines modernen und jungen Mexikos unterstützen. Die Musik ordnet den Film geografisch und geschichtlich zu. Filmmusik hat vielfältige und gleichzeitig realisierte Funktionen (zu einer Katalogisierung siehe Schneider 1990: 89ff.). Während in Octavios Geschichte seinem Alter entsprechend junge, schnelle und raphaltige oder rockige Hintergrundmusik beigemischt wird, ist Daniels Geschichte von ambientaler Musik und Popmusik bestimmt. Das musikalische Thema *Amores Perros* und elektronische Musik sind in El Chivos Geschichte verwendet. Sowohl Daniels als auch El Chivos Teil haben weniger dominante Musik als der erste Teil, auch wenn die Hintergrundmusik die Geschichten trägt. Diese dimensioniert die Figuren Valeria, Daniel und El Chivo und untermalt ihre Gefühle der Einsamkeit sowie ihr höheres Lebensalter. Die zum Teil atonale Musik in El Chivos Erzählstrang macht seine Welt unwirklicher (die Konvention zur Unterstützung des Eindrucks von Normalität und Realismus wird oft verbunden mit tonaler Musik). Der Autounfall wird im Film insgesamt vier Mal gezeigt, einmal zur Einführung der Geschichte und dann jeweils einmal im Rhythmus und aus der Perspektive der Protagonisten (Sequenzen 2, 44, 48 und 74). Das erste Mal wird keine Musik verwendet und dann jeweils die Musik, die zur entsprechenden Geschichte passt. Der Unfall aus Octavios Sicht ist mit Rockmusik unterlegt, aus Valerias Sicht mit Popmusik und aus El Chivos Sicht mit dem musikalischen Thema des Films.

Der Charakter des Musikvideos, das vor allem den Erzählstrang *octavio y susana* betrifft, wird durch zwei Musikstücke, die beide in voller Länge gespielt werden, unterstützt. Die Musik tritt vor den diegetischen Ton und ersetzt ihn zeitweise. Die Lieder geben zum Teil einen Kommentar über das Filmgeschehen ab. Das erste Lied ist ‚Si Señor‘ von der Gruppe Control Machete¹⁵⁹ (0:35’57’’19 - 0:37’53’’21). Der Rapsong fragt nach Gefühlen (*Dime que se siente.*) und drückt Lebenskraft aus (*Dorado y creciendo maduro en mi tierra. Listo para volar mientras mi gente espera. Espigas que voy yo sembrando. Para ver si germinan.*). Wie in einem Musikvideo wird durch kurze, teilweise unverknüpfte Szenen die Atmosphäre des Liedes in Bildern ausgedrückt. Die Bildspur erzählt die Erfolgsgeschichte von Octavio und Jorge und vergleicht sie im Schnitt-Gegenschnitt-Verfahren mit Ramiros weniger erfolgreichem Weg. Octavio und Jorge kommen durch die Hundekämpfe zu Geld, Ramiro versucht es mit seiner Anstellung im Supermarkt und den Überfällen auf Apotheken.

¹⁵⁸ Für eine Aufstellung der Musik zum Film und Texte einiger Lieder siehe <http://www.stlyrics.com/a/amoresperros.htm>, letzter Zugriff: 12.07.2006.

¹⁵⁹ Der Text ist zu finden unter <http://www.lyrics007.com/Machete%20Control%20Lyrics/Si%20Se%C3%B1or%20Lyrics.html>, letzter Zugriff: 18.08.2006.

Während Octavio Susana näherkommt und Susana ihn bei den Hundekämpfen unterstützt¹⁶⁰, wird Ramiro in zwei Szenen beim Fremdgehen mit seiner Kollegin im Lagerraum des Supermarktes gezeigt. Die Triebhaftigkeit von Mensch und Tier, unterstützt von der Filmmusik, werden durch den Schnitt sehr geschickt gegenübergestellt. Ramiro benimmt sich animalisch, er begeht keinen Liebesakt, sondern reine Triebbefriedigung, wie Cofi vom Instinkt gelenkt andere Hunde tötet.



Abbildung 41: Untreue (0:36'52''11), Hundekampf (0:36'52''12), Triebe (0:37'04''10), Verlierer (0:37'10''06)

In mehreren Sequenzen werden Hundekämpfe sowie Octavio beim Geldzählen gezeigt. Dies verstärkt die vitale und peppige Atmosphäre, die das Lied dem Film gibt. Ramiro ist zu diesem Zeitpunkt gegenüber Octavio der schwächere Konkurrent um Susana. Ramiros Erlöse sind nicht zu sehen.¹⁶¹ Verglichen mit Octavios Geldmengen und dem Auto, das er und Jorge sich leisten können und mit dem sie später den Verkehrsunfall auslösen, scheinen Raubüberfälle nicht lukrativ zu sein.¹⁶² Die Sequenz endet jedoch mit einem bedrohlichen Unterton: Eine durch die Musik nicht zu hörende Unterhaltung zwischen El Jarocho und El Chispas bereitet den Zuschauer darauf vor, dass El Jarocho Octavios Gewinne nicht mehr lange dulden wird. Die an ‚Si Señor‘ anschließende Szene zwischen Ramiro und Octavio stärkt das Gefühl der Bedrohung von Octavios Erfolg.¹⁶³

‚Lucha de Gigantes‘ von Nacha Pop ist das zweite Musikstück, das im Film in den Vordergrund tritt und einen Kommentar über das Filmgeschehen abgibt (0:42'55''01 - 0:45'11''10). Das Lied handelt von inneren ‚Ungeheuern‘, ‚Gespenstern‘ und ‚Ängsten‘.¹⁶⁴ Der rockige Stil passt zu Octavio und der Geschichte eines jungen Erwachsenen, der sich erst noch finden muss. Das Lied ergänzt die Bildinformation, in der Hirn-Gespenster angegriffen und Phantasien verwirklicht werden. Sehr kontrastiv ist die Bildinformation hingegen untereinander: Es werden zwei verschiedene Sequenzen, in denen Octavio seinen Willen durchsetzt und seinem Bruder gegenüber Dominanz zeigt, durch Schnitt-Gegenschnitt miteinander verknüpft. Zunächst ist Ramiro zu sehen, wie er seine Geliebte im Supermarkt anfasst, seinen Dienst beendet und dann vor dem Supermarkt von El Chispas' Handlangern

¹⁶⁰ Sie pflegt Cofis Wunden und hält die Gewinne vor Ramiro geheim.

¹⁶¹ Nur einmal zu Beginn der Erzählung kommt er mit einem neuen Walkman für Susana und Sachen für das Kind nach Hause (0:20'58''04). Obwohl Ramiro Susana damit eine Freude machen wollte, kommt es zwischen den beiden unverzüglich zum Streit über Ramiros Rücksichtslosigkeit gegenüber dem Baby.

¹⁶² Die kriminelle Art und Weise, wie die Charaktere Ramiro, Octavio und El Chivo versuchen, zu überleben bzw. zu Geld zu kommen, wird in der Literatur mit Figuren aus Telenovelas verglichen. Studien haben ergeben, dass in angelsächsischen und germanischen Seifenopern die normal-bürgerlichen Figuren meist kleine Angestellte und Handwerker sind, die versuchen, sich hochzuarbeiten, während in lateinamerikanischen Seifenopern dubiose Geschäfte, Kriminalität oder Glücksfälle wie Lotteriegewinne als einzige Auswege aus der Mittellosigkeit gesehen werden (vgl. Shaw: 2003: 57).

¹⁶³ Ramiro kommt ohne Erlaubnis zu Octavio ins Zimmer. Er hat offensichtlich von Octavios Gewinnen gehört und will die Hälfte des Geldes für sich. Er droht Octavio, Cofi andernfalls zu erschießen. (0:37'53''22 - 0:39'02''20) Cofi wird hier zum ersten Mal eine Waffe an den Kopf gehalten. Das zweite Mal will El Chivo ihn im Affekt erschießen. Zusätzlich wird er von Jarocho angeschossen.

¹⁶⁴ Der Originaltext ist zu finden unter <http://www.stlyrics.com/lyrics/amoresperros/luchadegigantes.htm>, letzter Zugriff: 18.08.2004.

entführt und brutal zusammengeschlagen wird. In der anderen Sequenz verführt Octavio Susana. Ihr Liebesakt wird den Schlägen, die Ramiro erhält, gegenübergestellt und wirkt so wie ein weiterer Schlag gegen ihn.



Abbildung 42: Octavio & Susana (0:44'45"17), Ramiro am Boden (0:44'45"19), Susana (0:44'56"11), Ramiro (0:44'58"11)

Das Lied macht die Unwirklichkeit von Octavios Verlangen und seiner Liebe zu Susana sichtbar. Durch den Musik-Kommentar wird deutlich, dass Octavio Susana vor allem will, weil sie durch ihre Verbindung zu seinem Bruder verboten und gesellschaftlich tabu ist.¹⁶⁵ Und obwohl Susanas und Octavios Pläne gefestigt scheinen (die Busfahrkarten nach Juárez sind für den folgenden Sonntag bereits erstanden), weiß der Zuschauer zum einen schon, dass Octavio schwer verletzt werden wird, und zum anderen ahnt er durch den Metakommentar der Musik (Priming) auch, dass Octavio nicht über Ramiro dominieren kann. Auch der Tod des Bruders macht Octavio nicht zum Sieger.

Lateinamerikanische Salsa- oder die in Mexiko beliebten Cumbia-Rhythmen werden im Soundtrack vereinzelt verwendet. Laut Hintergrundkommentar vom Regisseur auf der DVD waren die Rechte vieler bekannter (englischsprachiger) Lieder, die er gerne für die Tonspur verwendet hätte, zu kostspielig. So sind auch die Fernsehaufnahmen, die als Überleitung zwischen verschiedenen Sequenzen, als Ablenkung von zu viel Leidenschaft (Octavio versus Susana, Valeria versus Daniel), als Hintergrundaufnahme sowie -geräusch verwendet werden (bis auf die Ausschnitte der Talkshow *gente de hoy*, in der Valeria auftritt), Ausschnitte aus Fernsehspots und Werbungen, die Iñárritu selbst gedreht hat und also nicht bezahlen musste. ‚La vida es un carnaval‘ (1:36'21"14 - 1:37'19"24), ursprünglich von der Kubanerin Celia Cruz, ist das einzige bekannte Salsastück. Es ist eine Ode an die Lebenslust:

*Wer denkt, das Leben sei ungerecht, muss wissen, dass dem nicht so ist. Es ist wunderschön und soll in vollen Zügen genossen werden... ... Weine nicht, das Leben ist ein Karneval und es ist schöner, singend zu leben ...*¹⁶⁶

Das Lied ist synchron in den Film eingebettet und kommt aus einem der Restaurants, an denen El Chivo vorbeiläuft, um zu einem Passphotoautomaten zu gelangen. Es ist jedoch stärker als eine diegetische Hintergrundmusik eingespielt und fungiert gleichzeitig als Überleitung zur nächsten Sequenz. Die Musik ist hier ein ironischer Kommentar, da sie im Gegensatz zur Bildinformation steht. Auf der Bildspur verlassen Ramiro und seine Partnerin ihr Heim und El Chivo sieht den Konsequenzen seiner Entscheidung gegen seine Familie ins

¹⁶⁵ *Lucha de gigantes convierte el aire en gas natural. Un duelo salvaje advierte lo cerca que ando de entrar en un mundo descomunal.* Vgl. ebd.

¹⁶⁶ Freie Übersetzung der Verfasserin. Original:

Todo aquel que piense que la vida es desigual, tiene que saber que no es así, que la vida es una hermosura, hay que vivirla. Todo aquel que piense que esta solo y que esta mal, tiene que saber que no es así, que en la vida no hay nadie solo, siempre hay alguien. Ay, no ha que llorar, que la vida es un carnaval, es mas bello vivir cantando. Oh, oh, oh, Ay, no hay que llorar, que la vida es un carnaval y las penas se van cantando. Strophe 1 und Refrain.
<http://www.laplazavirtual.com/disco/celiacruz/v1.htm>, letzter Zugriff: 20.08.2004.

Auge. Während das Lied davon spricht, nicht zu weinen, sehen wir den verletzten Ramiro mit der stark verunsichert wirkenden Susana und ihrem weinenden Kind Rodrigo an El Chivo zufällig vorbeigehen. Den beiden ist keine Lebensfreude anzumerken, nur Schmerz und Verunsicherung. Auch El Chivo weint in der nächsten Sequenz, als er das eben erstellte Passbild mit Photos von sich und seiner kleinen Tochter vergleicht. Der Schmerz darüber, was er verpasst hat, scheint in ihm hochzukommen. Ebenso die Erkenntnis, was über die Jahre aus ihm geworden ist: ein alter, verkommener und einsamer Mann.

2.3.5.4 Die Zeit als Teil des Konstruktes *Amores Perros*

Der gemeinsame Chronos der Erzählung sind – wie bereits erwähnt – die 1990er Jahre. Jeder der drei Erzählstränge hat zusätzlich seine eigene zeitliche Perspektive auf die Erzählung und den Unfall. Die folgende Abbildung zeigt den temporären Blickwinkel der drei Erzählstränge. Dieser wandelt sich von der Perspektive des Rückblicks in der ersten Geschichte zu einer von der Gegenwart dominierten zweiten bis hin zu der in die Zukunft blickenden dritten Geschichte. Der erste Erzählstrang erzählt die Vorgeschichte zum Unfall: Im Erzählstrang von Octavio und Susana handeln lediglich 2 Sequenzen von Ereignissen nach dem Unfall, während 34 Sequenzen voran- oder gleichgestellt sind. Der zweite Erzählstrang befasst sich mit den Ereignissen, die durch den Unfall ausgelöst werden, d.h. dem Krankenhausaufenthalt und dem Genesungsprozess Valerias sowie der Entwicklung der Beziehung zwischen Daniel und Valeria. 7 Sequenzen handeln vor dem Unfall und die restlichen 20 Sequenzen gleichzeitig oder danach. Der dritte und letzte Erzählstrang beginnt erst wirklich nach der Genesung des Rottweilers und endet mit einem Ausblick in die Zukunft. Es macht die beiden Mörder, El Chivo und Negro, zu den eher düsteren Hoffnungs- bzw. Zukunftsträgern der Geschichte.

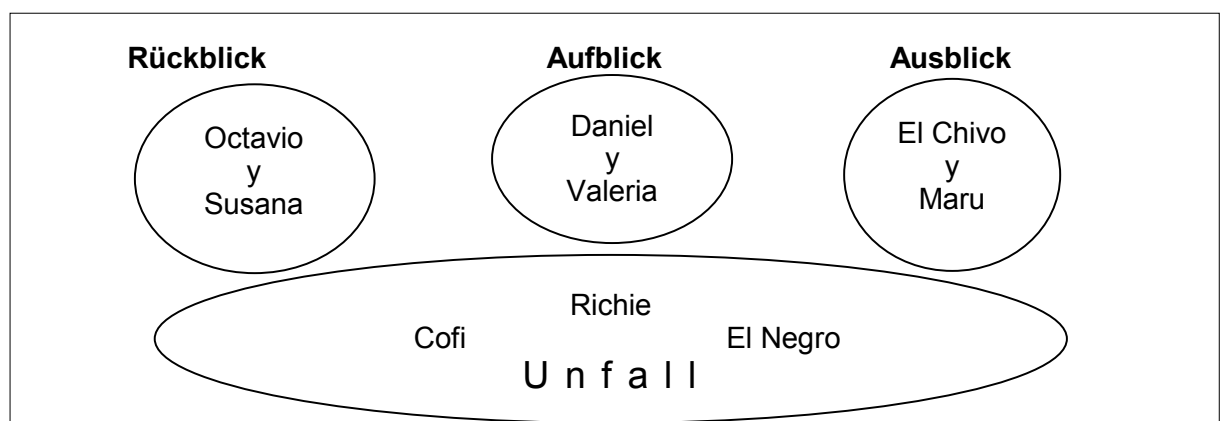


Abbildung 43: dominierender Blickwinkel der Geschichten (eigene Darstellung)

Der zeitliche Blickwinkel gibt den drei Erzählsträngen als Ganzes eine gewisse Kontinuität. Bis auf die Unfallszenen wird jeder Erzählstrang in sich chronologisch dargestellt. Trotzdem ist im Einzelnen wenig zeitliche Kontinuität gegeben, da häufig von einem Erzählstrang zum anderen und so von einem Zeitabschnitt in einen anderen gewechselt wird. Jeder Teil enthält Einschnitte von anderen Teilen: *octavio y susana* hat 16 Fremdsequenzen, *daniel y valeria* 2 und *el chivo y maru* 5. Die wenigen Einschnitte im zweiten Teil und die relativ geringe zeitliche Dynamik verstärken den Eindruck der Eingeschlossenheit der Beziehung von Daniel und Valeria sowie die trüben Aussichten für ihre Situation.

Die erzählte Zeit ist weitaus länger als die Erzählzeit von 147 Minuten. Sie kann nur geschätzt werden, da im Film keine Zeiten oder Daten angegeben werden. Pro Erzählstrang vergehen mehrere Wochen oder Monate. Im ersten Teil baut Octavio langsam seine neue Betätigung auf. Die 16 Hundekämpfe, von denen 7 gezeigt werden, erstrecken sich über Wochen, da Cofi sich jeweils von den Verletzungen erholen muss. Susana erzählt in der 16. Filmminute, dass sie mit ihrem zweiten Kind schwanger ist. Bis zum Ende des Erzählstranges sind keine äußerlichen Anzeichen zu bemerken, sodass sie höchstens im vierten oder fünften Monat der Schwangerschaft sein kann. Die erzählte Zeit des ersten Teils ist somit auf circa drei Monate zu schätzen. Der zweite Erzählstrang umfasst ebenfalls mehrere Monate. Gezeigt werden drei Sequenzen der unmittelbaren Vorgeschichte von Daniel und Valeria sowie der Tag des Unfalls und die Wochen danach. Valeria wird nach einer großen Operation aus dem Krankenhaus entlassen, und obwohl Krankenhausaufenthalte in Mexiko durchschnittlich deutlich kürzer als in Deutschland sind, muss es sich um mehrere Wochen gehandelt haben. Der Großteil der Handlung findet zwischen diesem ersten und ihrem zweiten Krankenhausaufenthalt statt. In dieser Zeit verschwindet Richie unter dem Fußboden. Als Valeria erneut ins Krankenhaus kommt, findet Daniel den Schoßhund. Da Richie sein Feststecken überlebt hat, kann es sich nur um einige Tage gehandelt haben. Valeria wird nun das Bein amputiert, und wieder ist anzunehmen, dass sie einige Tage oder Wochen im Krankenhaus bleibt, bis die Gefahr des Wundbrandes eingedämmt ist. Insgesamt kann dieser Erzählstrang also von sechs Monaten bis zu einem Jahr erzählte Zeit umfassen. Der dritte Erzählstrang umfasst den Zeitraum von El Chivos Auftragsmord über die Beerdigung seiner Exfrau bis zu seiner Wandlung. Die erzählte Zeit kann hier auch auf bis zu drei Monaten geschätzt werden, da Mord und Trauerfeier vor dem Unfall stattfinden und die Genesung des Rottweilers danach. Auch die Zeit zwischen dem Auftrag, Luis zu töten, und der Auseinandersetzung der Brüder beläuft sich auf circa 2 - 3 Wochen: Mauricio ermahnt El Chivo, sich nicht so viel Zeit zu lassen.¹⁶⁷ Insgesamt beläuft sich damit die erzählte Zeit auf circa 12 - 18 Monate.

Mit jedem Erzählstrang verändert sich das zeitliche Empfinden im Film, ausgelöst durch eine unterschiedliche Schnittgeschwindigkeit und einen differenzierten Diskurs. Die Geschichte von Octavio und Susana ist von jugendlichem Elan und städtischer Hektik beherrscht. Die Geschichte scheint schneller voranzugehen als zum Beispiel die zweite, die sich quälend langsam entwickelt und sehr viel unbeweglicher ist. Auch El Chivos Teil hat seinen eigenen, langsamen Rhythmus. Er bestärkt den Zuschauer in dem Eindruck, dass die Zeit für El Chivo seit Jahren fast gänzlich stillsteht. Für den Zuschauer lebt er seit seiner Verwahrlosung und bis er Maru begegnet, ohne Ziel vor sich hin. Zudem befindet sich El Chivo in einem anderen Lebensalter, in dem der jugendliche Eifer vergangen ist und einem gemächlicheren Takt gewichen ist.

2.3.5.5 Schock-Schwindel: die Dominanz des Diskurses

Amores Perros ist berühmt geworden durch seine Hochglanzästhetik, seinen innovativen Schnitt, eine unkonventionelle Kamera, die genaue Konstruktion der drei Geschichten und eine dramaturgisch ausgefeilte Inszenierung (These 2 und 6). Bei Zuschauern und Kritikern entsteht durch die Verwendung ungewöhnlicher Techniken, wie etwa in der Kameraarbeit oder durch das Bleichen des Filmmaterials, die – für einen Blockbuster typische – Frage:

¹⁶⁷ Mauricio: *Ya te tardaste ¿no? Ya pasó más de una semana.* El Chivo: *No está fácil.* (1:48'35"23 - 1:48'41"03)

‚Tolle Technik, wie wurde das gemacht?’. Damit hebt sich *Amores Perros* von den meisten lateinamerikanischen Produktionen ab, in denen budgetäre Engpässe durch eine gut erzählte und interessante Geschichte ausgeglichen werden. Der Film favorisiert einen von multiplen flüchtigen Wahrnehmungen und Kollisionen bestimmten Filmrhythmus gegenüber einem vergleichsweise kontinuierlichen und homogenen Fluss des klassischen Kinos (These 6). Der lateinamerikanischen Geschichte entsprechend, erfolgt eine Hybridisation im Genre, in der Verwendung der filmischen Mittel und der Erzählung (These 10). Ein Beispiel dafür ist die mehrfache Verwendung von Fernsehbildern zur Überleitung zwischen Szenen (Sequenzen 24 und 10), zur Einbringung eines Erzählstranges in einen anderen (Sequenzen 41 und 42) und zur Ablenkung oder Abschwächung brutaler Realitäten (Sequenz 10 und 12). Ähnlichkeiten zu Musikvideos oder Werbespots in der Ästhetik entsprechen dem Lebenslauf des Regisseurs. Besonders der erste Teil des Films ist schnell geschnitten und für den Zuschauer aufregend. *It has more music, more young people, more drive and edge.* (Iñárritu in Oppenheimer 2001: 24) In dieser Hinsicht teilt *Amores Perros* einige Diskurseigenschaften von aktuellen Hollywood-Blockbustern, insbesondere Action- und Science-Fiction-Produktionen. Die Filmrezeption selbst wird nicht nur in der Exposition zu einem anstrengenden Erlebnis (siehe 2.3.5.2 – These 6). Daher ist die Erleichterung vieler Zuschauer am Ende des Films, nicht in Mexiko-Stadt zu leben, sondern z.B. im sicheren Deutschland, verständlich.

Die narrative Darstellung rückt durch den Fokus auf den Diskurs stellenweise in den Hintergrund. Stattdessen wird der Zuschauer von kinematografischen Exzessen, der Chaotik, Schnelligkeit, Wucht und Fülle des audiovisuellen Stimulus attackiert und eingenommen. Dies ist jedoch nicht ausschließlich Selbstzweck, sondern verstärkt die Wirksamkeit der Gewalt in der Erzählung. Besonders im ersten Erzählstrang findet ein ständiger Wechsel statt zwischen Sequenzen, die im Zuschauer Anspannung erzeugen (im Sequenzprotokoll von *Amores Perros* im Anhang mit ‚A‘ markiert), und Sequenzen, in denen er sich entspannen kann (‚E‘). Selbst in den mit ‚E‘ gekennzeichneten Sequenzen unterliegt die Erzählung Spannungen und Konflikten der Figuren untereinander: In der ersten ‚E‘-Sequenz (Sequenz 4) wird Octavios Familie betrachtet, zwei Frauen und ein Baby befinden sich in einer Küche. Auch wenn keine offensichtliche Bedrohung stattfindet oder ein Effekt, welcher den Zuschauer zusammenzucken lässt, zeichnet sich der Konflikt zwischen Ramiros Mutter und Susana, der Schwägerin, deutlich ab. In der gleichen Sequenz läuft Cofi aus seinem Zuhause weg. Stroboskopeffekte, desorientierende, enge, hoch bewegliche und verwackelte Kameraeinstellungen, von chaotischen Ereignissen geprägte Bildinhalte bestätigen diesen schnellen Rhythmus des Films. Die oft aggressiven Bilder erzeugen nicht nur die negative Erfahrung von Angst, sondern gleichzeitig die lustvoll erfahrene Unterhaltungsform des Thrills, vergleichbar der Lust am Schrecken im Vergnügungspark.

Die sechste Sequenz der amerikanischen DVD, genannt *passions* (0:31’07’’09 - 0:37’53’’21; Sequenzen 27 bis 31 im Sequenzprotokoll), zeigt den geschickt konstruierten Diskurs des Films. Sie besteht aus mehreren kleinen Szenen und Sequenzen: Cofis erstem Kampf, der Beerdigung von Norma, dem Ende des Kampfes, einer Szene zwischen Susana und Octavio und dem Lied ‚Si Señor‘ (zur Sequenz mit dem Lied siehe 2.3.5.3). Zu Beginn ist die Tonspur laut und dominant. Gerede ist zu hören, lateinamerikanische Rhythmen (cumbia), Hundebellen und Schreien. Es finden Vorbereitungen zum Kampf statt und die Hunde kommen nacheinander in der Arena an. Der Ton kontrastiert hier die folgende Stille auf dem Friedhof. Auf dem Friedhof kontrastiert das kurze harte Gespräch zwischen El Chivo

und Luisa das friedliche Vogelgezwitscher und das Kirchenläuten. Das Vogelgezwitscher und der hintergründige Straßenlärm scheinen uns sagen zu wollen: Das Leben geht trotz der Beerdigung weiter. Der Straßenlärm leitet uns zudem weiter in die nächste Sequenz, zu El Jarocho und seinem toten Hund. In der ersten Sequenz sind die verwendeten Farben Blau- und Rottöne. Insgesamt geben sie einen erdverbundenen Eindruck, der den Charakter des Kampfs unterstützt. Die Friedhofsszene wird auch auf dieser Ebene kontrastiert mit ihren schwarzen, weißen und grünen Farben.



Abbildung 44: Präparation (0:31'12''20), Cofi in der Arena (0:31'28''07), Beerdigung (0:32'35''00), Friedhof (0:32'50''18)

Die Schauspieler tragen im ersten Teil der Sequenz das ‚Kostüm‘ der unteren Klasse: Jogginganzüge, Unterhemden, Mützen und Tätowierungen, während im zweiten Teil die Mittelschicht schicke Trauerkleidung trägt. Luisa hat zudem einen spanischen Akzent, was einen weiteren Hinweis auf die obere Mittelschicht oder Oberschicht gibt. Die Kameraführung im ersten Teil wechselt ihre Position und ist ständig in Bewegung: Anfänglich dominieren Amerikanische Einstellungen, wechselnd von der Höhe der Hunde aus (Untersicht) und wieder hoch zu jener der Menschen. Die Kamera ist wackelig und es wird vorwiegend eine Handkamera verwendet. Groß- und Detailaufnahmen bringen den Zuschauer nah an das Geschehen. Bei der Beerdigungssequenz hingegen ist die Kameraführung stabil¹⁶⁸, als sie zurück zu Octavios Erzählstrang kommt, wird sie wieder unruhig. Der Diskurs der Kampfszenen in Octavios Erzählstrang ist passend zur Mimesis brutal, hektisch, schnell, unübersichtlich und gnadenlos. Auf mimetischer Ebene wird in diesen vier Sequenzen der Kampf zwischen Bestien dargestellt. Erst zwischen Hunden, dann unter Menschen: Die Gegenüberstellung ist deutlich zu erkennen und versinnbildlicht als solche den ganzen Film. Diese Gegenüberstellung wird während des Films mehrmals verwendet.¹⁶⁹ Auch Richie verdeutlicht den inneren Kampf und die Isolation von Valerie. Die Überlebensfrage macht den Film im Thema universal und international interessant. Die Darstellungsweise befriedigt zudem die Sensationslust des Zuschauers. Sympraktisch bedeutet die Beerdigungssequenz für die ZuschauerInnen eine Erholung von dem Stress der Kampfszene, auch wenn der Kampf hier unterschwellig weitergeht. Die Montage der Sequenz ist gelungen: Die Gegenüberstellung erfolgt durch verschiedene Elemente auf vielen Kanälen. Der Schnitt zeigt eine Videoclip-Ästhetik: Titel werden in anderen Sequenzen eingeblendet, Musik und Erzählung werden vermischt und die Farbgebung betont.

¹⁶⁸ Die Kameraeinstellungen reichen von der übersichtlichen Halbtotale bis zur Großaufnahme.

¹⁶⁹ Siehe dazu auch 2.3.5.3.

2.3.5.6 Kulturelle Übertragbarkeit – (k)ein Unfall

Die kulturelle Übertragbarkeit ist wie der Diskurs kein Zufallsprodukt. Das durch die Hunde animalisch gezeigte sind elementare Reduktionen. Ihr:

Ergebnis [ist] in sofern „global“, weil ähnliche sozio-kulturellen Bedingungen in den Megastädten analoge Ergebnisse haben, ... welche in unserer gelenkten Vorstellung aufgeführt werden können. Wir werden konfrontiert mit dem Aufprall von Bildern ... typische Fälle, [bewegen uns] durch den filmischen Diskurs..., etwas in einer ganz fremden Stadt zeichengelenkt erfahren zu können. (Kloepfer 2006b: 3)

Die kulturelle Übertragbarkeit ergibt sich zudem zum einen durch die Zielgruppe des städtischen Publikums und in der Ansprache der Mittelschicht (siehe 2.3.5.1). Interkulturelles Verständnis ist durch das universelle Thema (die Anstrengung des Überlebenskampfes in einer Metropole und die Zufälle des Lebens), die teils biblischen Motive (Rivalität, Bruderkampf, Untreue, Triebhaftigkeit, Animalität) und die universellen Metaphernfelder um Liebe und Hunde gegeben. „Kultur ist – insbesondere in dem wichtigsten Bereich, den Beziehungssystemen der Menschen – nach der Vorstellung von schöner Ordnung gestaltet (Kosmos)“ (Kloepfer 2006b: 4). Kosmos als Gegenteil von Chaos ist für den Zuschauer sympraktisch erreichbar, wenn er die dem Film zu Grunde liegenden Ordnungsmerkmal erkennt und in der dritten Erzählung eine eintretende Wende interpretiert. Der Chaos erzeugende tragische Unfall steht im Zentrum der Erzählung und ist das Besondere, welches die Geschichte auslöst. Er stellt für die Beteiligten ein Schlüsselerlebnis dar, das ihr weiteres Leben bestimmt und sie miteinander in Verbindung bringt. Der Film versucht diese zunächst oberflächliche Verbindung zu vertiefen, indem er Emotionen behandelt, die alle Protagonisten empfinden. Diese sind zwar getrennt durch die Barrieren ihrer Schicht (sie interagieren nicht mit Mitgliedern anderer Schichten), aber untereinander und zum Publikum verbunden durch die Themen, die sie beschäftigen: Liebe, Begehren, Hass, Macht und Einsamkeit. Die Zuschauer werden im Film wie in den meisten großen Hollywoodproduktionen vom Plot her zum Teil unterfordert (vorwiegend im zweiten Erzählstrang), jedoch physisch angespannt. Langeweile wird beim Zuschauer durch den spannenden Diskurs vermieden. Das Thema Gewalt erfüllt zudem die Erwartungen eines Publikums, das über Lateinamerika wenig weiß und durch die Medien einseitig über Drogen, Gewalt und Armut informiert wird.

Zum anderen machen der verwendete Diskurs und die Anlehnung an bekannte Diskurse es europäischen Zuschauern leichter, die Erzählweise von *Amores Perros* zu verstehen und sympraktisch damit umzugehen. Die Sequenz 10 (0:09'39"15 - 0:10'37"16) zeigt, wie die Übertragbarkeit im Einzelnen erreicht werden kann. Am Ende der Sequenz 9 wird der erste Kampf von Cofi durch die Tonspur und die Spannung in den Gesichtern der Schauspieler dargestellt, die Kampfhandlung findet *off screen* statt.¹⁷⁰ In Sequenz 10 hat der Kampf ebenfalls *off screen* stattgefunden: Als Susana in Octavios Zimmer kommt, ist sie durch Ramiro verletzt worden. Die Zuschauer übernehmen im ersten Erzählstrang von Anfang an die Perspektive von Octavio, welche hier durch die Kameraarbeit weitergeführt wird. In Großaufnahmen sehen wir Susanas Gesicht, ihr Leiden (Mimik und tropfendes Blut) und ihre Scham (nervöses Lächeln und Lachen, Blick auf den Boden). Ihre großen Augen und ihre Schuluniform machen sie zum unschuldigen, unterwürfigen Opfer, das sich bei ihrem

¹⁷⁰ Der erhoffte Ausgang – der bisher unschuldige Cofi siegt über die Kampfmaschine Pancho – wird in Sequenz 12 durch Jorges Erzählung abgesichert. Das autodidaktische Prinzip anwendend, lernen die Zuschauer hier, wie der Film funktioniert. Die nächste Erwartung ist nun, dass der Hund in Zukunft vor Angreifern geschützt wird. Diese Erwartung wird im Weiteren enttäuscht.

Beschützer bedankt. Basisgesten wie das Betasten von Susanas Blut durch Octavio und sein Betrachten des Blutes auf eigener Mundhöhe bedeuten hier auf sympraktischer Ebene, dass Octavio Blut leckt bezüglich des Bruderkampfes. Gefühle und Information werden nicht plakativ dargestellt, sondern kontrastiv abgesichert. Nachdem Octavio, die Gewaltanwendung verachtend und betroffen reagierend, sich bildlich gesehen erneut auf Susanas Seite stellt, setzt Susana sich tatsächlich neben ihn auf sein Bett. In Sequenz 7 wird etabliert, dass Susana und Octavio sich gut verstehen (durch Blicke und Gesten; sie lachen miteinander und er verteidigt sie vor seinem Bruder), nun entsteht Intimität. Octavio sieht die neben ihm sitzende Susana nicht weiter an, sondern starrt in Richtung Fernseher: Die semantische Geste der Unterbrechung zeigt die Nicht-Verarbeitbarkeit der Situation und gibt ein Authentizitätsangebot. In den folgenden Sequenzen wird Susanas Blut zu Cofis Blut: Im Einsatz seines Hundes und Freundes als Kampfmaschine sieht Octavio die Möglichkeit des Ausbruches aus der Situation.

Das Blut der Hunde und der Menschen ist so kompositorisch verknüpft. Die Polyvalenz des Motivs Hund und seine Verankerung im kollektiven Gedächtnis bieten sich für den Film an. In diesen Tieren ballt sich metaphorisch das Mögliche der Menschen. Sie leben wie Menschen in einem Herrschaftssystem, in dem sie sich einer strengen Hierarchie unterordnen müssen. Hunde sind radikale Freunde, Feinde und/oder Kampfmaschinen, die ihr Revier markieren. Sie können treu sein und/oder untreu, spielen und sich verstellen. Ihre Animalität ist die Umkehr von Wertesystemen, ihre Triebhaftigkeit wird als Negation der Zivilisation gesehen. In diesem Sinn ist der Mensch wie ein Tier (These 1). Er kann unterwürfig und sozial angepasst leben (hündisch lieben, mit treuen Hundeaugen ansehen) oder unkultiviert/bestialisch morden. Die universellen Basisgesten der Hunde wie das Hochspringen bei Freude, das Winseln bei Schmerzen oder das Piensen als Zeichen der Unterwürfigkeit im Fall der Antizipation von Bestrafung sichern durch das autodidaktische Prinzip die Sympraxis der Geschichte. Bei den Hundekämpfen werden die Reaktionen der Zuschauer so schnell abgerufen, dass sie nicht in das reflexive Bewusstsein kommen und vorbewusst verarbeitet werden.

Der Topos ‚Stadt‘ rundet die Übertragbarkeit ab, der Lebensraum ‚Stadt‘ und die zunehmende Verstädterung bestimmen den filmischen wie profilmischen Kontext in gleichem Maß.

3 Hispanoamerikanische Filmproduktion

Um die Hauptthese dieser Arbeit, dass die hispanoamerikanische Filmindustrie für den europäischen Markt erfolgreich Filme produzieren kann, überprüfen zu können, müssen externe Einflüsse auf die Filmindustrie untersucht werden. Dazu zählen wirtschaftliche, politische und soziale medienspezifische Bedingungen, welche einen großen Einfluss auf die ästhetische Struktur und das Wirkungsangebot eines Films haben.

3.1 Die Beziehungen zu den USA und Spanien

“Every discussion of cinema made outside Hollywood, must begin with Hollywood.” Glauber Rocha

Kultureller Imperialismus bedeutet für Hispanoamerika, dass der eigene Filmmarkt von US-amerikanischen Produkten beherrscht ist. Die Dominanz und Reichweite Hollywoods und US-amerikanischer „Indies“ ist weltweit unbestritten: Bis auf wenige Ausnahmeländer wie z.B. China, Indien oder Italien beherrschen sie zwischen 70 und 90 % des globalen Marktes. In Mexiko fallen circa 80 % der Kinobelegung auf US-amerikanische Filme. Die restlichen 20 % teilen sich auf in Filme europäischer, asiatischer und lateinamerikanischer Herkunft. Da ist es fast erstaunlich, wenn 8,7 % auf nationale Produktionen fallen, wie dies in 2002 in Mexiko der Fall war (siehe INEGI 2003: 24). Die wirtschaftlich starke Bindung von Mexiko und Kolumbien an die USA wird von der US-amerikanischen Regierung auch in kultureller Hinsicht unterstützt. Internationale Zollabkommen sind nur eine der Hilfen, die der ‚große Bruder‘ USA für Hollywood gewährt. In internationalen Handelsabkommen (wie der NAFTA im Fall von Mexiko) erkämpfen sich die USA großzügige Importrechte, und in Abkommen mit der WTO, besonders dem GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*) bzw. GATS (*General Agreement on Trade in Services*), sind Steuersätze auf Film sowie Film-Distribution weiterhin ein Streitthema.¹⁷¹ Während die US-amerikanische Filmindustrie mit der MPAA (*Motion Picture Association of America*) eine starke Lobby hat, kämpfen die hispanoamerikanischen Filminstitute und Filmschaffenden beständig gegen die starken Wirtschaftsinteressen und -obligationen ihrer Regierungsangehörigen. Ein neues Projekt der USA, welches die NAFTA ersetzen könnte, ist die sich entwickelnde amerikanische Freihandelszone ALCA (*Area del Libre Comercio de Las Américas*), die alle amerikanischen Länder umfassen und den USA Zugang zum gesamten Kontinent geben könnte.¹⁷² Die Schutzquoten einheimischer Filme, die es in Ländern wie Argentinien weiterhin gibt, könnten damit gefährdet werden. Mexiko und Kolumbien schützen ihre Filmindustrien nicht. So kommt es unter anderem dazu, dass die USA zwar viele Filme in Mexiko produzieren, da das allgemeine Kostenniveau sowie Arbeitskräfte dort günstiger sind, die Gewerkschaften toleranter und die geographischen Beschaffenheiten ähnlich sind, dass aber der Ertrag dieser Produktionen fast vollständig in die USA fließt und nicht in die mexikanische Infrastruktur und Filmindustrie rückinvestiert wird.¹⁷³ Die USA haben dadurch einen

¹⁷¹ “While Canada tried to protect its cultural industries during the free-trade agreement discussions with the USA, Mexico did not seem to want to follow this course.” (Paranaguá 1995: 13)

Für eine Liste der Uneinigkeiten in Bezug auf Abkommen der WTO siehe http://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/dispu_subjects_index_e.htm, letzter Zugriff: 5.10.2004.

¹⁷² www.ftaa-alca.org, letzter Zugriff 24.10.2006 und http://www.ci-romero.de/seiten/presente/archiv/heft103/pres_archiv103_4.html, letzter Zugriff: 7.10.2004.

¹⁷³ Die *Maquiladoras* an der mexikanischen Grenze zu den USA sind ein ähnliches Beispiel. Sie beschäftigen sonst überschüssige und billige Arbeitskräfte. Die Auslandsinvestitionen in diese Fabriken verdoppeln sich jedes Jahr und die Beschäftigungsrate steigt um 50 %. Für die mexikanische Wirtschaft bedeuten sie die Beschäftigung vieler Arbeiter, die sonst unterbeschäftigt wären, tragen aber insofern nicht zu einer Verbesserung der

doppelten Vorteil: den der günstigeren Produktionen und den des Ertrages, der in die heimatlichen Filme angelegt werden kann.

Kuba, das keine wirtschaftlichen Verbindungen mit den USA unterhält, hat einen Sonderstatus: Es protegiert und kontrolliert seine eigene Industrie soweit möglich. Wie lange Kuba das durchhalten kann, bleibt die Frage. In den letzten zehn Jahren haben sich auf Kuba einige Änderungen in Richtung Filmpolitik ergeben (siehe 3.4.1.).

Begründet wird die Popularität und Dominanz US-amerikanischer Filme zum einen mit der politisch-wirtschaftlichen Macht der Industrie. Die Filmwirtschaft ist produkt- und nicht nachfragebetrieben, d.h., Zuschauer kaufen aufgrund eines bestimmten Produktes im Angebot die Eintrittskarten. Megamogule wie George Lucas oder Steven Spielberg können die Bedingungen der Produktion und Distribution ihrer Filme bestimmen, was wiederum den lokalen und internationalen Markt prägt. Das Phänomen der Blockbuster/„Event Movies“ mit seinen internationalen Merchandise- und Werbestrategien kreiert den eigenen Markt für seine Filme und Nebenprodukte:

Medien berichten nicht einfach nur über das, was in der Außenwelt passiert, sondern auf Grund des Konkurrenzdrucks vor allem auch darüber, worüber andere Medien berichten. ... Hollywood [hat] das Potenzial erkannt, das im Hunger dieses Mediensystems für die Vermarktung seiner Filme steckt ... (Blanchet 2003: 185)

Die Übermacht und Abhängigkeit von nordamerikanischen Importen liegt zum anderen begründet in der Politik der Filmpakete, die Kinobetreiber zur Abnahme von mehreren Filmen von einem Verleiher sowie zur Vorführung während einer festgelegten Anzahl an Wochen zwingen, um bestimmte Trendsetter und Umsatzmacher (*Batman*, *Spiderman* oder *Harry Potter*) anbieten zu können. Die Konsequenz ist eine Reduzierung der freien Leinwandzeit für andere, lokale Produkte oder von kleinen Verleihern verliehene Filme.

Außerdem sind die Filmindustrien in Hispanoamerika – solange sie noch nicht ganz auf digitale Filmtechniken wie Digital Video umsteigen – von nordamerikanischen Rohstoffimporten des Filmmaterials abhängig. Hier wird von technologischem Lücken-Handel gesprochen: Die USA führen technische und chemische Rohmaterialien in Mexiko und Kolumbien ein, da diese den technologischen Standard zur Eigenproduktion (noch) nicht besitzen (Perlit 2004: 84ff.). Kuba besitzt wieder eine Sonderstellung, da es sich gezwungenermaßen nicht auf einen solchen Handel einlassen kann und andere Zulieferer oder andere Techniken nutzt.

Obwohl es sich im Vergleich zur nordamerikanischen Industrie nur um *peanuts* handelt, sind Filmindustrien in Hispanoamerika für Hispanoamerikaner kostenintensiv, risikoreich und unsicher. Die geographische Weite der Region hat seit Beginn des Films die Etablierung und Profilstabilität eines ausgeprägten heimischen Marktes gestört, welcher von Anfang an direkt oder über Intermediäre durch die USA beherrscht wird. Internationale Distributionsfirmen, gestärkt durch die Freihandelszonen, dominieren die lokalen Vorführhäuser. Fernando Meirelles kommentiert eine bemerkenswerte Entwicklung in Lateinamerika:

*I thought City of God wouldn't be released in Argentina but we sold it to Miramax, so now I'm sure Latin Americans will see our film. It's weird, but it has to go there [USA] to come back.*¹⁷⁴

Infrastruktur bei, da die Löhne zu gering sind, um die Wirtschaft nachdrücklich anzukurbeln: Die Gewinne der Fabriken fließen steuerbegünstigt ins Ausland (Ranis in Selee/Tulchin 2003: 284).

¹⁷⁴ Fernando Meirelles in BBC Entertainment News am 22.05.2002 (zu finden unter <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/film/2001937.stm>, letzter Zugriff: 2.03.2005).

Der Verleih über große Distributionsfirmen wie Miramax garantiert einem brasilianischen Film den Verleih in Argentinien. Ein Film, welcher in den USA erfolgreich war und von den großen Häusern verliehen wird, kann in der Konsequenz in vielen anderen Ländern zur Vorführung kommen. Dies ist ein weiterer Anreiz für Hispanoamerikaner, ihre Filme für Nordamerikaner interessant zu machen. Sie haben dazu im Grunde zwei Möglichkeiten: Entweder sie passen die Filme der nordamerikanischen Ästhetik an oder gestalten sie so andersartig, dass sie gerade durch diesen Unterschied Neugier wecken. In den untersuchten Filmen gehört *Amores Perros* zur ersten Gruppe. *Erdbeer und Schokolade* sieht von Spezialeffekten und Blockbuster-Ästhetik ab. Er konzentriert sich auf *mise-en-scene*, Story und schauspielerische Leistung der Akteure. Der Film *Die Rosenverkäuferin* gehört zur letzteren Gruppe, auch wenn er in Bezug auf Vermarktung und Zuschauererfolg floppte.

Die Beziehung lateinamerikanischer Produktionen zu Spanien ist überwiegend geprägt durch Koproduktionen sowie den Kauf fertiger Spielfilme durch das Fernsehen. Zur 500-Jahrfeier der Entdeckung Amerikas durch Kolumbus sponsorte der spanische Staat lateinamerikanische Kultur, einige Filmproduktionen sowie die künstlerische Heraushebung der Verbindung von Spanien und Lateinamerika über die Jahrhunderte hinweg. Von einem langfristigen Protektorat oder einer intensiven Förderung kann nicht gesprochen werden, dazu hat Spanien mit seiner kleinen Filmindustrie und das staatliche ICAA (*Instituto para la Cinematografía y las Artes Audiovisuales*) nicht die Mittel. Auch die Spanier kämpfen mit der Übermacht des US-amerikanischen Kinos, spanische Filme machen in Spanien circa 18-20 % des Marktes aus.¹⁷⁵ Vom spanischen System unabhängige hispanoamerikanische Filme kommen zumeist nicht in die spanischen Kinos und durchlaufen andere Vertriebskanäle (Festivals, Vorführung in Bildungseinrichtungen und kleineren Vorführorten). Die in Spanien im Kino uraufgeführten lateinamerikanischen Filme inkl. Brasilien sind zum größten Teil Koproduktionen mit Spanien: 18 von 26 der im Jahr 2000 in Spanien uraufgeführten lateinamerikanischen Filme waren Koproduktionen, 20 von 26 Filmen in 2001 und 27 von 31 im Jahr 2002.¹⁷⁶ Die hispanoamerikanischen Koproduktionsländer sind in 2003 Argentinien, Mexiko, Kuba und Chile. Nur drei Länder schaffen es im neuen Jahrtausend außerhalb der Koproduktionen in die Länder-Top 25 der Kinofilme in Spanien: Argentinien, Mexiko und Brasilien.

Kurzfristig (zwischen 1985 und 1992) hat das spanische Fernsehen *Televisión Española* die Kontinuität des lateinamerikanischen Kinos durch umfangreiche finanzielle Hilfen in Form von Koproduktion gesichert (siehe 3.2.5). Für die Sicherung der Ausstrahlung im eigenen Programm werden die Werke der bekanntesten lateinamerikanischen Regisseure, besonders argentinischer und mexikanischer Herkunft, unterstützt. Ab 1991 hat sich TVE in zunehmendem Maße finanziellen Schwierigkeiten beugen und Rentabilitäts- und Profitgedanken an erste Stelle setzen müssen, sodass diese Art der Produktionen zurückgeht und ab 1992 fast vollständig versiegt. Wie die Zahlen zeigen, besteht die spanisch-lateinamerikanische Zusammenarbeit jedoch weiter. An den Platz des Fernsehens sind inzwischen kleinere Produktionsfirmen und nichtstaatliche Organisationen getreten. Ibermedia unterstützt ebenfalls Filmprojekte verschiedener Art (siehe 3.2.3). Im Zusammenwachsen von Europa und dem europäischen Bestreben, den USA zu einem

¹⁷⁵ Siehe dazu die Statistiken des spanischen Kultusministeriums unter <http://www.mcu.es/cine/>, letzter Zugriff: 02.03.2005.

¹⁷⁶ Ebd.

gleichberechtigten Gegengewicht zu werden, werden laterale Abkommen und internationale Koproduktionen mehr Bedeutung gemessen. Das Kino profitiert von dieser Bewegung, auch wenn eine Umschichtung der Machtverhältnisse im Kinobereich noch nicht in Sicht ist. Neue europäische Märkte werden den Koproduktionen eröffnet, die Finanzierung von Filmprojekten erleichtert und Kosten diversifiziert.

3.2 Die Filmwirtschaft in Hispanoamerika: Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge¹⁷⁷

Trotz der politisch wechselnden Lage weist **Kolumbien** von den 1950er bis in die 1990er Jahre hinein eine der stabilsten Wirtschaftsentwicklungen des Subkontinents auf. Die kolumbianische Industrie zeigt sich wettbewerbsfähig, die Inflationsrate ist für lateinamerikanische Verhältnisse niedrig und die Exportwirtschaft diversifiziert. Die Wirtschaftsstruktur ist marktwirtschaftlich orientiert. In den 1990er Jahren leitet Präsident César Gaviria (1990-1994) den neoliberalen Umbau der Wirtschaft ein, welcher von Rezession, Inflation und Arbeitslosigkeit begleitet wird. Nach anfänglichen Erfolgen kann die wirtschaftliche Lage des Landes den verschlechterten Weltmarktbedingungen und den unsicheren innenpolitischen Zuständen nicht weiter standhalten. Die Filmproduktion kommt zum Stillstand. Internationale Firmen ziehen sich zurück und der ausländische Kapitalfluss verringert sich. Dennoch halten die wechselnden Regierungen an der breit angelegten Liberalisierung und der Öffnung der Märkte fest. Präsident Andrés Pastrana (1998-2002) will der Rezession mit dem *Plan Colombia* entgegenwirken und das Investitionsklima verbessern.

Exkurs: der *Plan Colombia*: 2000 - 2006

Der ursprünglich von Pastrana entworfene Plan hat mit dem verwirklichten wenig gemein. Er hat sich unter starkem US-Einfluss von einem Friedensplan mit dem Schwerpunkt ländliche Entwicklung zu einem Plan der Drogen- und Guerillabekämpfung entwickelt. In diesem Zusammenhang soll der Plan durch Guerillaaktivitäten eingedämmte ausländische Investitionen begünstigen. Die anderen Ziele, die Vorantreibung der Friedensbemühungen, die Konsolidierung des demokratischen Rechtsstaates sowie der Wirtschaft und der politischen Struktur des Landes treten in den Hintergrund. Geplant ist zunächst ein Budget von 7 Milliarden US-Dollar, 4 Milliarden aus eigenen Mitteln und 3 Milliarden ausländische Mittel durch Kredite oder Hilfen. Das Budget verringert sich durch die in Kolumbien seit 1999 eingetretene Konjunkturschwäche und die Zurückhaltung der europäischen Geldgeber. Circa 1,3 Milliarden US-Dollar werden in 2000 und 2001 durch die USA finanziert. 80 % davon sind für militärische Zwecke bestimmt. Der Plan wird im In- und Ausland kontrovers diskutiert: De facto wird das Budget eingesetzt, um Drogenfelder durch die Verwendung von Giftmitteln zu zerstören und den Militär- und Polizeiapparat des Landes zu stärken. Die Militarisierung Kolumbiens ist kein wirksames Mittel zur Konsolidierung der Demokratie und wird vor allem in Europa bemängelt. Die Regierung konzentriert sich zudem auf die Bekämpfung der Guerilla und lässt die rechten paramilitärischen Gruppen, welche zu erheblichen Teilen am Drogenhandel beteiligt sind, außen vor. Den USA wird vorgeworfen, lediglich in das kolumbianische Militär zu investieren, um die finanziellen Interessen ihrer Öl- und Rohstofffirmen zu wahren und der eigenen Militärindustrie Aufträge zu bringen. Die Sprühhmethoden (die Felder werden ohne Warnung aus niedrig fliegenden Flugzeugen besprüht) gefährden die Gesundheit der regionalen Flora und Fauna sowie der Bauern und die ihrer Familien. Sie lassen ihnen

¹⁷⁷ Falls nicht anders angegeben, sind die wirtschaftlichen Daten dieses Teilkapitels den Publikationen des deutschen Auswärtigen Amtes entnommen: <http://www.auswaertiges-amt.de/www/de/laenderinfos/>.

zudem wenig Anbaualternativen, da die Felder nach der Behandlung auch für andere landwirtschaftliche Güter nicht mehr nutzbar sind. Menschenrechtler und Umweltschützer unternehmen internationale Proteste. Die erste Sechsmonatsbilanz des Planes in 2001 zeigt weder einen entscheidenden Rückgang im Drogenhandel noch einen Fortschritt im Friedensprozess noch eine Anregung der Wirtschaft. Auch in 2004 ist die Drogenproduktion nicht wesentlich zurückgegangen, da zerstörte Felder durch neugesäte ersetzt werden. (Livingstone 2003: 147-166, und Pressemitteilung des Weißen Hauses über kolumbianische Kokainfelder vom 25.05.2005: <http://www.whitehousedrugpolicy.gov/news/press05/032505.html>)

Darüber hinaus werden im Rahmen eines IWF-Stabilisierungsprogramms umfassende Strukturreformen unternommen, um die in den neunziger Jahren implementierten Außenhandels- und Finanzliberalisierungen zu stützen. Die Abhängigkeit von den USA betrifft nicht nur die Filmindustrie: Sie sind der wichtigste Handelspartner Kolumbiens mit nahezu 50-prozentigem Anteil an den gesamten Ein- und Ausfuhren. Kolumbien gehört den Weltwirtschaftsorganisationen WTO, IWF, Weltbank und IDB an. Es ist ebenso in der eigenen Region international in Verbänden integriert und Mitglied der Andengemeinschaft sowie der Rio-Gruppe. Mit Mexiko und Venezuela besteht zudem der Integrationsverband „Gruppe der Drei“, der wie die WTO eine zeitlich gestaffelte Absenkung der Zölle im Handel untereinander vornimmt. Der im Jahr 2000 erkennbare konjunkturelle Erholungsprozess Kolumbiens hat sich 2001 deutlich verlangsamt, wächst dagegen in 2003 wieder um 3,6 %. Dennoch beträgt das Bruttosozialprodukt im Jahr 2003 81,4 Mrd. US-Dollar, nur 1/25 des BSP von Deutschland. Unter diesen Umständen und mit der Verstärkung des militärischen Konflikts kann sich die Filmindustrie nicht von den wirtschaftlichen Krisen der 1990er Jahre erholen. Die ausschlaggebenden Wirtschaftszweige sind Landwirtschaft und Industrie, Handel und Gastgewerbe, Transport- und Nachrichtenwesen sowie sonstige Dienstleistungen. Problematisch ist nach wie vor die Höhe der Arbeitslosigkeit, die nach vorübergehendem Rückgang wieder eine Höhe von 17 % landesweit erreicht hat. Aus- und Einfuhren halten sich in etwa die Waage. Wichtigste Exportgüter Kolumbiens (2003 entspricht dies 13,4 Milliarden US-Dollar) sind Erdöl, Steinkohle, Kaffee, Schnittblumen, Bananen, Nickel, Textilien, Chemikalien, Lederwaren und Smaragde. Kolumbien ist ein an Bodenschätzen reiches Land, das durch politische Auseinandersetzungen und Misswirtschaft sowie eine fehlende Technologieindustrie Instabilität und Armut erfährt. Diese Situation lässt sich auf die Filmindustrie übertragen: Die Technik ist veraltet oder nicht vorhanden und hindert das grundsätzlich gegebene Potential der Filmproduktion.

Der Fall der Mauer und die Auflösung der Sowjetunion ab 1989 haben für **Kuba** wirtschaftlich umfassende Konsequenzen: Rund 85 % der Außenhandelsbeziehungen und die sowjetische Unterstützung (mehrere Milliarden US-Dollar pro Jahr) fallen aus. Das Bruttoinlandsprodukt sinkt nach dem Fall der Mauer um 35 %. Diese Negativentwicklung kann erst nach 1994 langsam (zwischen 1 und 7 % pro Jahr) umgekehrt werden. Kuba ist international isoliert, gehört aber seit 1945 den Vereinten Nationen an, ebenso der ACS (*Association of Caribbean States*), der ALADI (*Asociación Latinoamericana de Integración*) und der SELA (*Sistema Económico Latinoamericano*). Die Wirtschaftsbeziehungen und -struktur müssen nach 1989 neu geordnet werden. Es beginnt eine Versorgungskrise und 1991 wird die „Sonderperiode in Friedenszeiten“ (*periodo especial*) ausgerufen. Mit dem „Versorgungsplan“ (*plan alimentario*) erfolgt eine Orientierung der Wirtschaft auf die Selbstversorgung des Landes mit Lebensmitteln. Selbständige Arbeit im Handwerks- und Dienstleistungsbereich wird erlaubt. Durch Güterrationalisierung, eingefrorene Preise und Löhne

sowie den Verzicht auf Massenentlassungen werden die Kosten der Krise möglichst breit verteilt. Gleichzeitig wird ein offener Sozialabbau vermieden und versucht, die Sozialleistungen des ersten Wohlfahrtsstaates Hispanoamerikas aufrechtzuerhalten. Arbeitslosigkeit gibt es offiziell nicht.¹⁷⁸ Die verlorenen Importe aus der Sowjetunion müssen nun in teuren Devisen auf dem Weltmarkt eingekauft werden. Die wichtigsten Einfuhrgüter sind Rohöl und Ölprodukte, Maschinen, Fahrzeuge und Nahrungsmittel. Kuba kann die Importe nicht bezahlen und muss hierfür teure kurzfristige Kredite aufnehmen. Es bemüht sich um ausländische Investitionen, die in Form von Joint Ventures mit kubanischen Staatsunternehmen zulässig sind. Für die Spielfilmproduktion bedeutet dies eine Verminderung der jährlichen Gesamtanzahl sowie eine Vermehrung der Anzahl der Koproduktionen. Dokumentarfilme geht es etwas besser, sie finden mehr ausländisches Investitionsinteresse. Durch die kurzfristige Umstellung auf Dollarwirtschaft, die Einführung von Marktmechanismen und betrieblicher Autonomie sowie durch das Recht auf Privateigentum für ausländische Investoren wird der Devisensektor der Insel für weltwirtschaftliche Märkte kompatibel gemacht. Wichtige Exportgüter Kubas sind Nickel, Zigarren, Rum, tropische Früchte sowie Fisch und Meeresfrüchte. Die Vorreiterrolle in der Zuckerproduktion ist verloren und der Auslandsabsatz von Zucker stark gesunken.¹⁷⁹ Der Tourismus wird ab den 1990ern zum Motor und Hauptdevisenbringer der kubanischen Wirtschaft.¹⁸⁰ Investitionen im Export- und im Tourismussektor werden zur Devisenerwirtschaftung oder -ersparnis Priorität eingeräumt, der Filmwirtschaft nicht. Durch hohe Zölle wird der Tourismus zum Ernährer der Regierung. Dennoch stürzt der Binnenmarkt ein und eine Liquiditätskrise scheint unabwendbar. Fidel Castro sieht sich 1993 gezwungen, die ökonomische Notbremse zu ziehen. Er legalisiert den US-Dollar temporär als Zweitwährung und gestattet der Bevölkerung privaten Devisenbesitz. Damit wird die inzwischen zweitwichtigste Deviseneinnahmequelle geöffnet: *remesas*, der Zufluss von privater Unterstützung durch im Ausland lebende Familienmitglieder.¹⁸¹ Durch die neu eingeführten staatlichen Dollargeschäfte (Läden, in denen nur mit Dollar bezahlt werden kann) werden die Devisen an den Staat geleitet. Seit 2003 dürfen kubanische Unternehmen keine Konten in Devisen führen, ein Versuch der Regierung, den Dollarfluss zu kontrollieren. Zur Begleichung ihrer Lasten im Ausland müssen die Firmen über die kubanische Zentralbank gehen. Damit geht die wirtschaftliche Politik zurück in Richtung Zentralisierung und feste, staatliche Kontrolle. Am 23.10.2004 geht die kubanische Regierung einen Schritt weiter gegen den Dollar. Francisco Soberón Valdés, Minister und Präsident der kubanischen Zentralbank, verkündet als Reaktion auf weiterführende Blockademaßnahmen der Bush-Regierung die Resolution 80/2004.¹⁸² Sie besagt, dass der US-Dollar in Dollarläden ab dem 8. November 2004 nicht mehr angenommen wird und stattdessen mit *peso convertible* (genannt CUC mit einem Kurs von 1:1 zum US-Dollar) gehandelt wird. Der Besitz von US-Dollar bleibt legal, die Währung wird jedoch weder in Hotels, Gaststätten, Geschäften jeglicher Art noch Taxen angenommen. Der Umtausch des US-Dollars in Pesos kann bis

¹⁷⁸ Die Arbeitslosenquote wird von Regierungsseite für 2003 mit 2,3 % beziffert (<http://www.cubagob.cu/>, letzter Zugriff: 2.02.2005).

¹⁷⁹ Bis 2003 wurden circa 50 % der Fabriken geschlossen. Für 2003 wird die weltweite Ernte auf 146 Millionen Tonnen geschätzt, wovon Kuba nur 2,2 Millionen Tonnen hervorbrachte. (Zucker Dokumentation der Schweizer Max Havelaar Stiftung vom 18. Mai 2004, S. 2)

¹⁸⁰ Circa 1,9 Millionen Touristen bringen 2003 Bruttoeinnahmen von rund 2,2 Mrd. US-Dollar.

¹⁸¹ In 2003 kommen überwiegend aus den USA Geldüberweisungen an kubanische Familienangehörige im Wert von circa 1,2 Mrd. US-Dollar.

¹⁸² Siehe <http://www.bc.gov.cu/Espanol/Leyes/Manual/PreguntasResolucion80.pdf>, letzter Zugriff: 2.02.2005.

zum 15. November in den offiziellen Tauschgeschäften erfolgen und wird ab dann mit einem Strafzoll von 10 % belegt. Dieser Strafzoll gilt nicht für andere auf Kuba bisher akzeptierte Zahlungsformen, wie den Euro, das britische Pfund, den Schweizer Franken oder den kanadischen Dollar. Die US-Dollarkonten auf Kuba bleiben davon unbeeinträchtigt. Die Folgen sind zunächst die Vertiefung der Schattenwirtschaft und die Umstellung auf europäische Währungen.

Auf der einen Seite haben alle diese Maßnahmen die Situation eines Teiles der Bevölkerung verbessert. Auf der anderen Seite haben sie soziale Unterschiede vergrößert und zu einer Zweiklassengesellschaft geführt. Nach offiziellen Angaben gibt es ökonomische Not auf Kuba, aber keinen Hunger. Die Rationierungsmaßnahmen versorgen alle Bewohner gleich mit den überlebensnotwendigen Grundnahrungsmitteln. Die Armutsrate für Kuba ist schwer zu bestimmen. Zum einen weil es keine offiziellen Angaben gibt, die vertrauenswürdig wären, und zum anderen weil die medizinische und die schulische Grundversorgung durch den Staat gegeben sind, ebenso wie Lebensmittel- und Grundverbrauchsgüterrationen. Die Kosten der Stromversorgung und der Wohnungen sind sehr gering, d.h., es wird zum Überleben kein bedeutendes monatliches Einkommen benötigt. Staatsangestellte (auch Akademiker) verdienen in 2000 durchschnittlich 15 US-Dollar im Monat, ein Stahlarbeiter im Vergleich circa 9 US-Dollar.¹⁸³ Wer keinen Zugang zu Devisen oder inzwischen dem CUC hat, kann alltägliche Verbrauchsgüter, die nicht überlebensnotwendig sind (wie zum Beispiel Toilettenpapier oder Tampons), nicht kaufen, da sie nicht in der Landeswährung (den nichtkonvertiblen Pesos) erworben werden können. Menschen, die im Tourismussektor arbeiten, bekommen ihren Lohn in den meisten Betrieben zum Teil in Dollar oder inzwischen in CUC und zum Teil in CUP ausgezahlt. Kellner oder Hotelangestellte, die in direktem Kontakt mit Touristen stehen, können sich einen durchschnittlichen Monatslohn allein durch Trinkgelder innerhalb von 1-2 Tagen erarbeiten. Die meisten Kubaner haben verschiedene Quellen des Nebenverdienstes, um mehr als „nur“ überleben zu können. Dazu gehören die Eröffnung von oder Mitarbeit in „casa particulares“ (Privatzimmervermietungen an Touristen), „paladares“ (einfache Restaurants mit wenigen Tagesgerichten) oder die verbreitete Prostitution. Der Schwarzmarkt, auf dem fast ausschließlich in CUC gehandelt wird, bleibt auch heute wichtiger Bestandteil der Wirtschaft. Die Versorgungskrise ist nicht überstanden. Die genannten gesamtwirtschaftlichen Bedingungen geben einen Einblick in die zum Teil frustrierende Situation der Filmindustrie, welche auf ausländische Hilfe angewiesen ist. Sie sind in *Erdbeer und Schokolade* grundsätzlich reflektiert, obwohl die offizielle Deviseneinführung erst nach der Filmpremiere erfolgt.

In **Mexiko** findet in den 1990er Jahren eine Wandlung zur marktorientierten Wirtschaft statt (u.a. Elizondo in dem Aufsatzband Tulchin/Seele 2003: 38). Die Wirtschaftsentwicklung ist zunächst von wirtschaftlicher Erholung gegenüber den 1980er Jahren gekennzeichnet.¹⁸⁴ Die Wirtschaft wächst bis 1994 jährlich etwa um 4 % und die Wettbewerbsfähigkeit mexikanischer Unternehmen nimmt im internationalen Vergleich zu. Die Reallöhne steigen erneut an. Die Liberalisierungspolitik unter Salinas (1988-1994), welche 1994 den Beitritt zur NAFTA und die Mitgliedschaft in der OECD ermöglicht, verursacht einen Importboom, durch

¹⁸³ Der allgemeine Durchschnittslohn beträgt in 2003 nach Regierungsangaben 273 kubanische Pesos, etwa 11 US-Dollar (<http://www.cubagob.cu/>, letzter Zugriff: 2.02.2005).

¹⁸⁴ Zu den weiteren gesamtwirtschaftlichen Angaben in diesem Teilkapitel siehe Altenburg 1998.

den sich die Leistungsbilanz deutlich verschlechtert. Im Bereich Film heißt dies, dass Eindringen und Dominanz des mexikanischen Filmmarktes für nordamerikanische Filme weiterhin einfacher wird. Nach den politischen Unruhen, die in dem Mord am Präsidentschaftskandidaten Luis Donaldo Colosio gipfeln, und den anhaltenden Aufständen in Chiapas greift die Regierung zu dramatischen Mitteln. Sie schließt Banken und Börse, um eine umfassende Kapitalflucht zu umgehen. Die Wertverluste einiger mexikanischer Großunternehmen an der New Yorker Börse können nicht mehr aufgehalten werden. Zusätzlich wertet die Regierung Zedillos (1994-2000) Ende 1994 den seit langem überbewerteten Peso gegenüber dem US-Dollar ab und bewirkt einen wesentlichen Fall der mexikanischen Aktien, Fonds, Renten und Immobilienanlagen. Der Pesokurs fällt gegenüber dem Dollar um über 40 % und löst eine schwere Währungs- und Wirtschaftskrise aus. Es kommt zu einer massiven Flucht aus mexikanischen Anlagetiteln. Die Inflation steigt 1995 auf 52 %. Die internationale Hilfe von IWF, BIZ, Privatbanken, den USA sowie Kanada und das Notprogramm¹⁸⁵ können das Krisenjahr 1995 nicht verhindern, langfristig bis zum Ende des Jahrzehnts jedoch eine Verbesserung der Situation erwirken. Der zur Stabilisierung notwendige Einbruch der Binnennachfrage trifft vorwiegend den Handel und kleine sowie mittlere Industrieunternehmen, von denen die Mehrzahl ausschließlich für den mexikanischen Markt produziert. Viele verschuldete Unternehmen müssen Konkurs anmelden, weil sie sich die horrenden Kreditzinsen nicht leisten können. 1995 gehen eine Million Arbeitsplätze im formellen Sektor verloren und die gerade erst gestiegenen Reallöhne fallen um circa 20 %.

1996 reichte das Einkommen nach Angaben der UN-Wirtschaftskommission für Lateinamerika für 45 Mio. Mexikaner – knapp die Hälfte der Bevölkerung – nicht aus, um die für eine angemessene physische und mentale Entwicklung notwendigen Lebensmittel zu erwerben. Die Nachfrage nach Grundnahrungsmitteln fiel in den ersten 18 Monaten nach Ausbruch der Krise um fast 30 %. (Altenburg 1998: 45)

Der harte Reformkurs zeigt ab 1996 Erfolg. Das jährlich ansteigende Wirtschaftswachstum fällt, beeinflusst durch die gesamtwirtschaftliche internationale Situation, erst 2001 leicht. Aktuelle Bemühungen legen ihren Schwerpunkt auf den Export. 75 % des mexikanischen Außenhandels finden in 2003 mit den USA statt (1999 waren es sogar 88,1 %), Deutschland ist der viertgrößte Partner mit 2,3 %.¹⁸⁶ Präsident Vicente Fox (2000-2006) setzt die Wirtschaftspolitik an erste Stelle. Ein Drittel aller mexikanischen ArbeiterInnen sind weiterhin arbeitslos oder unterbeschäftigt, auch wenn der Arbeitsmarkt in den 1990er Jahren stetig um 5 % gewachsen ist (Ranis in Tulchin/Selee 2003: 285). Mit der Erholung der US-Konjunktur wächst auch die mexikanische Wirtschaft langsam. Mexiko hat 2003 ein BIP von 626,1 Mrd. US-Dollar und ist damit die größte Volkswirtschaft Lateinamerikas. Für den Export wichtig sind die Energierohstoffe (Kohle, Erdöl- und Erdgas) sowie andere Bodenschätze. Allerdings hat Mexiko, unter anderem durch die Maquiladoras¹⁸⁷, seine Abhängigkeit von Rohstoffpreisen durch die Exporte von behandelten

¹⁸⁵ Das Notprogramm besteht aus umfangreichen Ausgabenkürzungen, der Erhöhung der Umsatzsteuer von 10 % auf 15 %, einer restriktiven Geld- und Fiskalpolitik, Bankenstützungsmaßnahmen, freiem Floaten des Peso und Zurückschrauben der Lohnerhöhungen (siehe ebd.).

¹⁸⁶ Umgekehrt macht der mexikanische Handel 12,3 % der US-amerikanischen Exporte und 10,3 % der US-amerikanischen Importe aus (Selee/Tulchin 2003: 347). Dies ist zum einen ein relatives Missverhältnis, verdeutlicht zum anderen jedoch die Wichtigkeit und Größe von Mexiko als Handelspartner der USA.

¹⁸⁷ Als *Maquiladoras* werden Betriebe bezeichnet, die das niedrige Lohnniveau in Mexiko nutzen, um arbeitsintensive Schritte des Wertschöpfungsprozesses kostengünstig durchführen zu können. Die Lohnveredlungsbetriebe in Mexiko werden mit Rohwaren vom ausländischen, meist US-amerikanischen Auftraggeber versorgt und leiten sie nach erfolgter Weiterverarbeitung wieder zurück (vgl. Fuchs: 2001). Sie sitzen an der Grenze zu den USA und sind zur Anregung ausländischer Investitionen eine zollfreie

Waren / zusammengesetzten Waren verringert. Die erhöhte Exportquote betrifft nicht die Filmbranche, welche zwar Ende der 1990er Jahre einige internationale Erfolge hat, jedoch weiterhin ähnliche Exportstrategien verfolgt. Insgesamt ist die Filmindustrie in den 1990ern von ähnlichen Krisen wie die anderer hispanoamerikanischer Länder betroffen. Dennoch sind die Auswirkungen weit weniger verheerend und Spielfilmproduktion findet statt.

3.2.1 Filmindustrie versus Kinoindustrie

Die Kinoproduktion der drei hier betrachteten Länder ist in den 1990er Jahren bis heute niedrig beziehungsweise so abgesunken, dass der Bestand einer eigenen Kinoindustrie nicht möglich scheint. Durchschnittlich 25 bis 30 Spielfilm-Produktionen pro Jahr, wie im Fall von Mexiko, 1 bis 9 wie in Kolumbien und unter 10 wie in Kuba reichen nicht aus, um eine eigene Industrie am Leben zu erhalten. Die Filmindustrie wird daher weitgehend von Fernsehproduktionen, vor allem kostengünstigen Daily Soaps, Telenovelas, Quizshows, Reality Shows sowie Werbeproduktionen bestimmt. In Mexiko werden Drehorte inklusive des technischen Personals sowie Studios zeitweise zusätzlich durch US-amerikanische Produktionen genutzt.

Eine für die CACI (*Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica* – interstaatliche Einrichtung, welche unter anderem den Hilfsfonds Ibermedia möglich macht) durchgeführte Studie „La industria cinematográfica y su consumo cultural“ („Die Kinoindustrie und ihre Verbraucher“, Guzmán Cárdenas 2004) impliziert, dass es eine vom Fernsbereich abgetrennte Kinoindustrie gibt. Letztendlich befasst sich diese Studie jedoch lediglich mit dem Kinobereich der Filmindustrien neun lateinamerikanischer Länder im Zeitraum von 1990 bis 2003. Die Studie ist politisch und nicht privatwirtschaftlich orientiert. Sie geht daher davon aus, dass staatliches Eingreifen und Filmförderung zur Verbesserung der Situation der Industrien unabdinglich sind. Dennoch werden in ihr nicht nur wichtige Daten des Kinobereiches gesammelt und veröffentlicht, sondern essentielle Grundfragen über die Filmindustrien in Lateinamerika und deren Zukunft gestellt. Die Studie ist eine der wenigen Informationsquellen für Statistiken und Umfragen, weshalb ihre Bilanz kurz vorgestellt wird. Sie teilt sich in drei Bereiche: die Nennung von Problematiken, mit denen der Kinosektor zu kämpfen hat, die Ergebnisse der Studie und die resultierenden Empfehlungen für die Mitgliedsländer der CACI. Das Grundproblem des Kinobereiches ist, dass der Markt durch ein nordamerikanisch gelenktes Oligopol bestimmt ist. Weitere Problematiken sind der Mangel an (Guzmán Cárdenas 2004: 24):

- Kapitalaufwand,
- positivem Kosten-Nutzen-Ertrag (erreichbar durch große, internationale und von staatlichen Politiken und Mitteln unterstützte Projekte),
- politischem Konsens zur kulturellen und wirtschaftlichen Bedeutung der Filmindustrie (die Mitgliedsländer sehen die Filmindustrie noch nicht als strategisch und kulturell wichtige Industrie),
- einer klaren Gesetzeslage (analog zu Bestimmungen von Organisationen wie der MPAA und der Unterstützung, die diese durch den US-amerikanischen Staat erhält),

- Filmförderpolitiken für den internationalen Markt (durch die Bildung eines lateinamerikanischen Konkurrenzverbandes zur US-amerikanischen MPAA),
- Qualität (der Produktionen, der technischen Ausstattung und der Ausbildung der Filmschaffenden).

Insgesamt kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass eine von der CACI zu beauftragende Forschungsstelle für die Erstellung von ökonomischen Diagnosen und die Empfehlung zu kulturellen Politiken notwendig ist, um kulturelles Management im internationalen Umfeld zu systematisieren. Ein weiteres Ergebnis der Studie liegt in der Betonung des Unterschiedes zwischen Film- und Kinoindustrie (welcher meiner Meinung nach in diesem Zusammenhang künstlich ist, da inexistent – siehe oben) und der Wichtigkeit der Förderung des Kino- sowie des Filmsektors. Nur 6,3 % des Filmgeschäftes (Guzmán Cárdenas 2004: 174) kommen aus den Erlösen von Spielfilmen an Kinokassen und nur die wenigsten Kinofilme können sich allein durch den Vertrieb in Kinos amortisieren. Eine internationale Politik, welche lediglich den Kinosektor unterstützt, wäre entsprechend kurzsichtig: Die notwendige Schlussfolgerung ist eine gemeinsame Filmpolitik, welche die finanzstarken Nutzungskanäle Video und Fernsehen mit einbezieht. Neben der Industrie muss eine Kinokultur gefördert werden, so die Studie, um die eigene Nachfrage zu erhöhen (Guzmán Cárdenas 2004: 176). Denn solange in Ländern wie Kolumbien, Mexiko oder Venezuela das heimische Kino nicht geschätzt wird, wird sich sein Absatzpotential im eigenen Binnenmarkt kaum steigern lassen.

Die Studie schließt mit einer Agenda für die Mitgliedsländer. Diese beinhaltet die Empfehlung zu einer Vereinbarung über notwendige Strategien zur Weiterentwicklung der Kino- und Filmsektoren. Sie ist umfangreich und bezieht die Bereiche Ausbildung, Produktion, Distribution, Marketing, internationales Management, juristische Bestimmungen, Industrieverbände, Archivierung, Förderung und Forschung mit ein. Die Strategien beinhalten:

- die Neuregulierung der ausländischen Verleihe und Aussteller (Die Regelung soll die ausländischen Betriebe nicht bevorzugen und lateinamerikanischen Konkurrenten eine Chance zur Entwicklung bieten.),
- die ausdrückliche Unterstützung des Exports und der Internationalisierung der Filme und audiovisuellen Produkte der Mitgliedstaaten,
- den einklagbaren Schutz der Urheberrechte von geistigem und künstlerischem Eigentum,
- die Erstellung von Informationsstellen und -systemen, welche regelmäßig aktualisiert werden und allen Mitgliedern des internationalen Film- und Kinosektors zur Verfügung gestellt werden sollen,
- die Stützung der Nachfrage,
- die Förderung von Humankapital in Bereichen wie Regie, Drehbuch, Kamera und Schauspiel,
- die Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der zur Produktion notwendigen technischen Firmen in den Bereichen Ton, Licht, Fotografie, Kamera, Spezialeffekte, Schnitt und Produktion,

- die Erhaltung und den Schutz von Kulturgut durch Kauf und Archivierung (Dieses Kulturgut soll im nächsten Schritt den Mitgliedern des Sektors und Privatpersonen zugänglich gemacht werden.),
- die Erstellung von Mechanismen zur finanziellen Begünstigung der künstlerischen Produktion durch Stipendien und Fördergelder,
- die Begünstigung der Organisation von Mitgliedern des Sektors in Verbänden und Gremien durch die Förderung von nationalen und internationalen Interessenverbänden und
- die Förderung von Geschäftsideen und -initiativen im Sektor bei gleichzeitiger Risikominderung durch Stützung der Nachfrage, unter anderem mit der Bildung eines eigenen Starsystems.

Die vorgeschlagenen Strategien sollen sowohl das kommerziell als auch das künstlerisch ausgerichtete Kino sowie ihre Mischformen unterstützen. Obwohl die Studie die Wichtigkeit der letzten sechs Strategien betont, würde die Durchsetzung der ersten fünf Strategien meiner Meinung nach die anderen Strategien langfristig überflüssig machen. In einer Verbesserung der Absatzsituation mit Chancen auf einen internationalen Verleih – so die Grundthese dieser Arbeit – liegt der Knackpunkt für eine Verbesserung der aktuellen Kinosituation und für den Erhalt der Filmindustrien in Hispanoamerika.

3.2.2 Auswirkungen der Ökonomie auf die Ästhetik der Filme

Wirtschaftliche Entwicklungen haben einen indirekten, jedoch nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Ästhetik von Filmen. Die Medien- und Informationsindustrien gehören nicht nur in den industrialisierten Ländern zu den Branchen, welche sich schnell entwickeln und noch immer große Gewinnmargen erwirtschaften können. In diesen Industrien wird weiterhin Wachstum verzeichnet und es werden Arbeitsplätze geschaffen. Innerhalb der Informationsgesellschaften (der hoch industrialisierten Länder) ist es vor allem die Unterhaltungsindustrie, welche anhaltend neue Geschäftschancen bietet. Lohnintensive Industrien, selbst wenn sie zur Zeit noch gewinnbringend arbeiten, werden zunehmend in andere, lohnkostengünstigere Länder verlagert, um den Wettbewerbsvorteil erhalten zu können. In Lateinamerika vermehrt sich die Produktion der Unterhaltungsindustrien (Filme, Bücher, Zeitschriften etc.) nicht proportional zur Nachfrage:

En el período de los últimos quince años, se desvela, en los países latinoamericanos, un desarrollo bastante distorsionado entre producción y consumo cultural; tanto en comparación con los movimientos a escala mundial como por los desniveles internos en nuestra región, y dentro de cada país. Progresivamente se acentúa su lugar periférico en la comercialización de productos culturales. (Guzmán Cárdenas 2004: 19)

Bisher haben es die in Betracht gezogenen Staaten nicht verstanden, diese Geschäftslücke als strategisch wichtig zu erkennen und durch gemeinsame Anstrengungen gezielt auszunutzen. Die Ästhetik der meisten Filme aus Kolumbien, Mexiko und Kuba ist daher noch immer bestimmt von der fehlerhaften Ausstattung der Industrie, die sie produziert, von der unkontinuierlichen Nachfrage und von der teils zweitklassigen Ausbildung der Filmschaffenden. In manchen Fällen kommt dies Regiefilmern entgegen: Gerade sie versuchen, sich dem Einfluss der wirtschaftlichen und technischen Zwänge nicht unterzuordnen und innovativ mit der gegebenen Ausstattung umzugehen. Dennoch müssen

sich viele auf internationale Koproduktionen einlassen. Zu den ästhetischen Auswirkungen auf die Koproduktionsfilme siehe 3.2.6.

Die wirtschaftliche und ästhetische Entwicklung von Hollywood, die Krise und Reformierung des Studiosystems nach 1945, das sogenannte *High Concept* der 1980er Jahre und das *Package-Unit-System*¹⁸⁸ haben Auswirkungen auf die Ästhetik der Filme anderer Länder. Da Hollywoodproduktionen das dominante Produktionsmodell bilden, lenken sie globale Zuschauererwartungen an das Medium Kino. Sehgewohnheiten werden durch die Verwendung immer gleicher Strukturen im Zuschauer angelegt. Die Art und Weise, wie mit dem Zuschauer kommuniziert wird, wird hier manipuliert. Die von Hollywood angenommenen Produktions- und Filmtechniken beeinflussen die Ästhetik von Kinofilmen: Sie können die dominante Ästhetik nicht ignorieren. Auch die Tatsache, dass die Einnahmen von Film durch eine veränderte Marktsituation inzwischen vorwiegend aus dem Video- und DVD-Verleih und -Verkauf sowie Pay-TV-Gebühren kommen, steuert ästhetische Überlegungen. Viele Produktionen, die zuerst ins Kino kommen, sind von der Ästhetik her nicht mehr nur oder überwiegend auf die große Leinwand konzipiert. Sie sind dazu bestimmt, dass sie auf den Bildschirmen zu Hause gesehen werden. Bei der Konzeption des ästhetischen Erlebnisses wird durch diesen Umstand ein anderes Zuschauerverhalten mit einkalkuliert. Die Erwartung an eine intensive öffentliche Kinoerfahrung und einen konzentrierten Rezipienten weichen der eines alltäglichen Ereignisses: das begleitende Sehen. Der Zuschauer ist womöglich weit weniger auf den Film konzentriert, erledigt nebenbei andere Dinge, das Telefon oder die Türglocke können läuten, Werbepausen stören und so weiter. Durch den Erwerb oder die Aufzeichnung des Films hat der Zuschauer zusätzlich die Möglichkeit des Vor- oder Zurückspulens und des Anhaltens des Filmerlebnisses. Die Kontinuität des Bilderflusses ist nicht mehr gewährleistet.

Der Mehrzahl der Produktionen für Kino und Fernsehen stehen einige wenige Großproduktionen, die noch immer für große Kinoleinwände gemacht werden, gegenüber. Für ihre Vorführung werden eigens die von den Nordamerikanern eingeführten und beherrschten Multiplexe (= Mehrfachbetriebe) konstruiert. Sie dienen der Konzentration weniger Filme auf viele Säle an wenigen Standorten. Ein Multiplex besteht aus mehreren großen und kleinen Sälen. In den großen, technisch hervorragend ausgestatteten Sälen werden die mit Spezialeffekten gefüllten Großproduktionen gezeigt. Die kleineren Säle verlängern die Laufzeit der Großproduktionen und geben in der Folge anderen Filmen Raum. Kino wird in Multiplexen zum Event im Konsumtempel: Der Kinobesuch wird mit kulinarischen Genüssen verbunden, neben der Bar gibt es ein angeschlossenes Café mit Musik und eventuell auch Gesellschaftsspielen zum Beisammensein davor und/oder danach. Merchandising-Produkte zu aktuellen Kinofilmen sind ebenfalls erhältlich. Ein wesentlicher Teil der Gewinne von Multiplexen kommt neben dem Verkauf der Kinokarte aus den Einnahmen durch (überteuerte) Getränke und Speisen. Diese Einrichtungen finden sich entweder in Verbindung mit Einkaufszentren oder im Fußgängerzentrum einer Stadt, sodass das Kinoerlebnis mit anderen Vergnügungen verbunden werden kann. Die Besitzer der

¹⁸⁸ Das Package-Unit-System ist ein Produktionsmodus, welcher sich seit den 60er Jahren bis heute in Hollywood etabliert hat. Der Unterschied zur vorhergehenden Organisation der Filmproduktion ist laut Staiger folgendermaßen zu verstehen:

“Rather than an individual company containing the source of the labour and materials, the entire industry became the pool for these. A producer organized a film project: he or she secured financing and combined the necessary laborers (whose roles had previously been defined by standardized production structure and subdivision of work categories) and the means of production (narrative “property”, the equipment, and the physical sites of production).” (Bordwell/Staiger/Thompson 1985: 330)

Kinos sind durch Paketverträge mit den Verleihern an die Abnahme bestimmter Produkteinheiten, welche aus mehreren Filmen bestehen, gebunden. Es bleibt wenig Raum zur Vorführung von Einzelproduktionen und kleineren Kinofilmen. Die Multiplexe sind ein gelungenes Instrument zur US-Amerikanisierung der Kinovorführungen. In Mexiko sind im Jahr 2003 über die Hälfte aller Kinos Multiplexe. In der Hauptstadt ist die Dominanz eindeutig zu erkennen: 49 der 61 Kinos haben drei oder mehr Säle.¹⁸⁹ Ähnliche Tendenzen sind bei den anderen städtischen Ballungszentren in Mexiko zu erkennen und lassen sich wahrscheinlich ebenfalls auf Kolumbien anwenden. Ländliche Gegenden haben zu wenig Zuschauerpotential für die aufwendigen Einrichtungen und sind für sie nicht interessant.¹⁹⁰ Dennoch haben die 441 mexikanischen Kinos in 2003 insgesamt 2178 Säle, fast 5 pro Kino im Durchschnitt.

Eine Frage, die sich jede/r Regisseur/in in Lateinamerika stellen muss, ist, wo sich der eigene Film bei den gegebenen Bedingungen ästhetisch platziert: Will er trotz ökonomischer und technischer Beschränkungen der lateinamerikanischen Länder in Richtung Blockbuster/Konfektionskino gehen oder zum anderen Extrem des ehemaligen Autorenfilms/heutigen Regiekinos neigen? Oder wo sich in der Mitte zwischen den Polen verorten? Der Überpräsenz an nordamerikanischen Filmen und ästhetischen Einflüssen wird vereinzelt durch gemeinsame lateinamerikanische Bemühungen entgegenzutreten versucht, wie im Folgenden gezeigt werden soll.

3.2.3 Internationale Marktbemühungen im Binnenmarkt wie IBERMEDIA¹⁹¹

Im November 1997 wird der Hilfsfonds Ibermedia auf einem iberoamerikanischen Staatsgipfel als Antwort auf die US-amerikanische Herausforderung gegründet. Ibermedia ist ein erfolgreicher Fonds und erhält seit neuestem sogar die Aufmerksamkeit von Italien und Frankreich, welche in der romanischen Vereinigung gerne Mitglieder werden möchten. Sein kultureller Zweck ist die „Wahrung des Kulturerbes“, während die wirtschaftliche Aufgabe in der Anregung zu Koproduktionen und grenzübergreifender Zusammenarbeit besteht. Durch finanzielle Unterstützung in Form von Darlehen will Ibermedia die Entstehung eines vereinten iberoamerikanischen audiovisuellen Marktes begünstigen. Konkret dient diese interstaatliche Einrichtung zur Förderung von iberoamerikanischen Film- und Fernsehproduktionen sowie internationalen Koproduktionen. Ebenfalls unterstützt werden die Promotion und Distribution dieser Projekte und Filme auf dem spanischen und lateinamerikanischen Binnenmarkt sowie die Aus- und Weiterbildung der Mitglieder der Filmindustrien aus den beteiligten Ländern. Finanziert wird Ibermedia durch die CACI (*Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica*), seit 2005 CAACI (*Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica*) genannt.

¹⁸⁹ 55,6 % der Filme werden in Multiplexen gezeigt, 13,6 % in Kinos mit zwei Sälen und nur die restlichen 30,8 % in Kinos mit einer Vorführmöglichkeit. Siehe *Estatísticas de Cultura Cuaderno No. 8 Edición 2005*, INEGI 2005: 7-12, unter http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/sociales/cultura/2005/cuaderno-cultura-2005.pdf, letzter Zugriff: 15.01.2006.

¹⁹⁰ Für genaue Zahlenangaben siehe ebd., S. 12.

¹⁹¹ Informationen zu Ibermedia sind zu finden auf der Homepage der Einrichtung (www.programaibermedia.com) sowie in der Datenbank KORDA, einem Teil der europäischen audiovisuellen Informationsstelle (<http://korda.obs.coe.int/web/de/>) und unter <http://www.tramitefacil.gov.cl/1481/article-46954.html>, letzter Zugriff: 27.09.2006.

Die durch 13 Länder¹⁹² gegründete Einrichtung wird durch ein interstaatliches Komitee (*CII: Comité Intergubernamental*) geleitet, welches sich aus jeweils einem Repräsentanten der Gründerstaaten zusammensetzt. Der Fonds ist weitgehend von Spanien kontrolliert. Er hat seinen Sitz in Madrid, und da sich die jährlichen Beitragszahlungen nach der Finanzstärke eines Landes richten, kommt circa die Hälfte des Budgets aus dem spanischen *fondo de relaciones exteriores*.¹⁹³ Das jährliche Budget von circa 4 Millionen US-Dollar¹⁹⁴ wird vor allem in Form von zinsfreien Darlehen und Zuschüssen verwendet, die in Euro oder US-Dollar vergeben werden. Somit besteht ein Teil des Budgets aus zurückbezahlten Krediten.

Amores Perros, der nach der Gründung von Ibermedia erstellt wurde, nutzt diesen Fonds für sich. Ibermedia fördert jedes Jahr im Bereich Entwicklung circa 25-35 Projekte, in den Bereichen Koproduktion, Promotion und Distribution circa 15-25 Filme (unter anderem *Amores Perros*) und im Bereich Schulung circa 25-35 Menschen. Ein Projekt kann in mehreren Bereichen nacheinander gefördert werden. Die Fördersummen beschränken sich auf höchstens 15.000 US-Dollar oder 50 % der gesamten erforderlichen Mittel im Bereich Entwicklung, auf 200.000 im Bereich Koproduktion, auf 10.000 im Bereich Promotion und Distribution und auf 2.500 für eine Schulung. Die Beträge sind im internationalen Vergleich nicht enorm, oftmals jedoch entscheidend für die Entstehung eines hispanoamerikanischen Filmes. Bemerkenswert an Ibermedia ist, dass die Bewerberanzahl relativ gering ist.¹⁹⁵ Bei genauerem Hinsehen lässt sich dies darauf zurückführen, dass die Bedingungen zur Bewerbung schwierig sind: Zur Finanzierung eines Projektes müssen mindestens 50 % des Budgets aus anderen Quellen sichergestellt sein und der Kontakt zu möglichen Verleihern muss hergestellt sein. Nicht etablierte Filmschaffende haben außerhalb des Bereiches Schulung wenig Chancen, diese und andere Bedingungen zu erfüllen und gefördert zu werden.

In 1998 und 1999 erhielt Mexiko die finanzielle Unterstützung Ibermedias für 23 Spielfilme: für internationale Koproduktionen in 4 Fällen, für den Verleih und das Marketing von 13 Filmen und für die Entwicklung von 6 Filmprojekten.

Total de proyectos aprobados en el programa IBERMEDIA (1998-2003)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Total
Coproducciones	15	15	23	26	26	30	135
Desarrollo	30	30	21	23	15	26	145

¹⁹² Inzwischen sind es 14 Mitgliederstaaten: Argentinien, Bolivien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Kuba, Mexiko, Panama, Peru, Portugal, Puerto Rico, Spanien, Uruguay und Venezuela (<http://www.programaibermedia.com/esp/htm/home.htm>, letzter Zugriff: 27.09.2006, und Bremme 2004: 56), da Panama dazugekommen ist.

¹⁹³ Mexiko und Brasilien schließen sich mit 500.000 und 300.000 US-Dollar an, alle anderen Länder zahlen circa 100.000 US-Dollar, soweit sie nicht wegen finanzieller Engpässe oder Nichteinhaltung von Regierungszusagen ein Jahr die Zahlung verringern oder aussetzen müssen. Argentinien's Zahlung wurde als Beispiel von 200.000 auf 100.000 US-Dollar reduziert.

¹⁹⁴ http://korda.obs.coe.int/web/de/display_fonds.php?fonds_id=129, letzter Zugriff: 1.10.2004.

¹⁹⁵ Siehe <http://www.programaibermedia.com/esp/htm/home.htm> „proyectos presentados“, letzter Zugriff: 27.09.2006. Die Annahmequote lag damit durchschnittlich bei 1:2, 1:4, 1:2 und 1:1. Die Annahmequote bei Veranstaltungen wie dem lateinamerikanischen Projektmarkt auf dem Filmfestival Mannheim/Heidelberg liegt durchschnittlich bei 1:9 (Quelle: Leiter des Projektmarktes im Gespräch am 8.11.2002 und interne E-Mail des Filmfestivalsauswahlkomitees).

Total de proyectos aprobados en el programa IBERMEDIA (1998-2003)							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Total
Distribución	22	48	22	13	13	16	134
Formación	25	27	49	32	35	6	174

Tabelle 3: Förderungsprojekte Ibermedia 1998-2003 (Quelle: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, *cine español: tendencias* <http://www.mcu.es/cine/cvdc/ev/pdf/icaaespa.pdf>, letzter Zugriff: 28.02.2005)

Ein zusätzliches Ziel der Einrichtung ist die geleitete Einbindung von iberamerikanischen Firmen im audiovisuellen Bereich in ein binnenmarktlisches Netzwerk. Dieses erweiterte Ziel ist schwer zu erreichen, wenn die Entscheidungsträger von Ibermedia wie bisher lediglich einmal pro Jahr tagen, um die zu unterstützenden Projekte auszuwählen. Dauerhafte und weitreichendere Kommunikationsbemühungen sowie vertrauensbildende Maßnahmen in der Industrie und unter den Bewerbern sind erstrebenswert, jedoch bei gegebener Organisationsstruktur schwer zu erreichen. In der Praxis ist Ibermedia ein erfolgreicher Förderer für Filmerfahrene mit guten Verbindungen und ein guter Anfang in Richtung hispanoamerikanische Filmförderung. Er nutzt jedoch seine theoretisch vorhandenen Möglichkeiten nicht optimal. Ein großes Problem des Fonds ist, dass Darlehen häufig nicht innerhalb der abgemachten zwei Jahre oder gar nicht zurückgezahlt werden: Die Fondsmasse vergrößert sich nicht planmäßig; 4 Millionen US-Dollar jährlich könnten bereits 20 Millionen sein. Zu viel der vorhandenen Mittel wird zudem auf die hauseigene Bürokratie verwendet. Dass die Distribution von Filmen gefördert wird, erkennt den grundlegenden Mangel an Möglichkeiten an. Jedoch wäre es notwendig, die Distributionspolitik von Ibermedia zu überdenken und diesen Förderbereich zu verstärken, um die vielen vorhandenen Filme nicht nur auf internationalen Festivals und einzelnen Fernsehsendern vorzuführen, sondern in die internationalen Kinos zu bringen. Und dies nicht nur in Spanien, Portugal und Lateinamerika, was der Fonds unterstützt, sondern in allen Ländern der Welt.

Junge hispanoamerikanische Filmschaffende bewerben sich weiterhin häufiger bei europäischen Finanzierungsquellen wie dem ZDF oder Stiftungen wie der nordamerikanischen MacArthur-Stiftung, da sie bei eigenen Binnenbemühungen zu wenig Aussichten haben. Andere Stiftungen sind die französische *Fonds Sud Cinema*, welche Kino aus aller Welt, also auch Lateinamerika begünstigt, oder die europäische *Euroimages*, welche Koproduktionen fördert, falls einer der Koproduktionspartner in Europa angesiedelt ist. Die Inter-American Development Bank, die Weltbank, die OAS oder UNESCO sind andere Geldgeber, die unter anderem kulturelle Projekte fördern.

3.2.4 Einfluss der Regierungen und ihrer Filmförderprogramme¹⁹⁶

Meine These ist, dass der traditionell wichtige Einfluss der Regierungen auf die Filmproduktionen und ihre Ästhetik in den 1990er Jahren abgenommen hat. Die Kulturpolitik hat sich verändert und die Regierungen haben einen beachtlichen Teil ihrer Mittel zurückgezogen. Die neue Generation von FilmemacherInnen ist gezwungen, innovativer und

¹⁹⁶ Siehe Hickethier 1994, Schumann 1996 und Petrie 1997.

flexibler zu sein. Sie muss ihre Filme durch mehrere und private Quellen finanzieren und Kompromisse anderer Art finden, zumeist die der Koproduktionen.

Das kulturelle Filmerbe zu schützen ist Anliegen jeder Kulturnation, selbst wenn dieser „theoretischen“ Aussage zum Teil wenig fundierte Praxis folgt. Staatliche Filmförderungsanstalten stellen vor diesem Hintergrund Mittel bereit. Dies geschieht in verschiedenem Maß auf allen Stufen der Herstellung eines Films weiter zu seinem Absatz, der Vorführung, Kinoinvestitionen sowie allgemeinen Maßnahmen zugunsten des nationalen Films einschließlich der Förderung des Auslandsabsatzes. Förderungen umfassen zumeist die Produktionsförderung für programmfüllende Filme (Spielfilme und Dokumentationen), für Kurzfilme sowie für Kinder- und Jugendfilme, die Drehbuchförderung, die Kopienförderung und die Verleihförderung. Die Filmförderung kann neben den Filmpreisvergaben und nichtmonetärer Unterstützung über finanzielle Maßnahmen erfolgen, welche unmittelbar projektbezogen das kulturelle Niveau des jeweiligen nationalen Films und Kinos anregen und stützen sollen. Dabei werden auch die wirtschaftlichen Strukturen des Films gestärkt, d.h. die Film- oder Kinoindustrie. Dazu gehören die Begünstigung von filmberuflicher Fortbildung, von Rationalisierungs- und Innovationsmaßnahmen sowie die Finanzierung von Werbemaßnahmen im In- und Ausland. Von staatlicher Seite gewährte steuerliche Vergünstigungen bilden eine der Grundlagen zur Förderung der privaten Investitionen in den Filmbereich. Die (staatlich geförderte) Veranstaltung von Filmfestivals stützt zudem die Beziehung zum Zuschauer. Sie ist für die Entwicklung der Filmkunst ebenso wie für die kulturelle Repräsentanz eines Landes von Bedeutung. Als Orte der Präsentation von nationalen und internationalen Filmen sind diese Festivals für Filmschaffende und Publikum gleichermaßen von Interesse, da sie aktuelle Maßstäbe setzen und Impulse vermitteln.

Die durch Regierungen beeinflusste Filmzensur befindet sich im Spannungsfeld zwischen nationalen und internationalen Fragen und zeigt die enge Verknüpfung von Politik und Ästhetik. Film ist nicht auf nationale Grenzen beschränkt und wird seit Beginn der Filmkunst in internationaler Zusammenarbeit erstellt. Die von Regierung zu Regierung unterschiedliche Filmzensur ist eine grundsätzliche Herausforderung für die Internationalität des Films: Jedes Land verfügt, eingebettet in die jeweilige Kunst-, Politik- und Wirtschaftsgeschichte, über eine eigene Filmzensur und lokale kulturelle Spezifika. So kommt es zu verschieden langen Versionen eines Filmes auf dem internationalen Markt. Während in Hispanoamerika in einigen Gebieten z.B. Nacktszenen noch immer inakzeptabel sind, gehen deutsche Beschränkungen schärfer gegen Gewaltszenen an. Zensur kann offen oder verdeckt vorgenommen werden. Entsprechend der nationalen Gesetzgebung oder den landesüblichen Gepflogenheiten können die Regeln der Zensur verschriftlicht und objektiviert, also offengelegt werden. Als Beispiel dafür kann die Einstufung eines Filmes durch eine Zensurbehörde in zugelassene Altersgruppen je nach Inhalt gelten. Verdeckte Zensur kann durch einschränkende Bestimmungsregeln bei der Filmförderung und Filmfinanzierung, durch notwendiges Passieren eines Filmkomitees nach Fertigstellung oder durch Selbstzensur erfolgen.

Film censorship is mainly one of omission, and can pass by unnoticed. As the film industry involves high costs ... private capital has [in the past] been unwilling to take the risk. State support for the film industry has become inevitable: money for production ... plus a whole string of permits, pressures, and controls has become necessary. This is where censorship begins. (Alsina Thevenet 1997: 94)

Filme, die nicht in das Konzept z.B. der mexikanischen oder kubanischen Regierung passen, werden nicht nur nicht vorgeführt, sie werden schon vorher verhindert, indem sie

nicht produziert werden, weil sie keine Unterstützung finden. Dies ist ein Grund für Filmemacher, sich verstärkt um private Finanzierung zu bemühen, was ihnen ab Mitte der 1990er Jahre auch mehr und mehr gelingt. Doch selbst dann sind sie der Selbstzensur der Industrie unterworfen. Zum Teil reguliert sich die Industrie ohne das Eingreifen der Regierungen durch eigene Verhaltenskodexe. Die Selbstzensur beinhaltet die offizielle Selbstzensur durch Institutionen wie beispielsweise die deutsche FSK (Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft), die sich unter anderem an den Regelungen des deutschen Jugendschutzgesetzes orientiert. Sie beinhaltet auch die Zensur, welche bereits im Kopf des Drehbuchautors, Regisseurs oder Produzenten vor sich geht und die sich oftmals nach den angenommenen Sehgewohnheiten der anvisierten Zielgruppe richtet. Ihr Verständnis von erfolgversprechenden Faktoren, ihr Wissen um die Grenzen der Altersfreigaben und lokale Tabus haben bereits vor Filmdreh gravierenden Einfluss auf das Filmwerk. Das Wissen um die Zensur bereits fertiggestellter Filme hat ebenfalls Rückwirkungen auf künftige Produktionen.

In Mexiko und auf Kuba haben die Regierungen bis in die 1990er Jahre hinein eine starke Rolle in der Filmförderung. Weder in Mexiko noch auf Kuba können Regierungen und ihre Filminstitute umgangen werden. Durch Krisen und politische Wechsel wird Filmförderung in Kolumbien, Mexiko und Kuba in diesem Jahrzehnt zu einem weniger wichtigen Thema. Die Regierungen haben mit anderen Problemen wie Bürgerkrieg oder akuten wirtschaftlichen Notlagen zu kämpfen und verringern ihr Engagement im Filmbereich. Als Konsequenz wird die staatliche Zensur verringert und eine neue Art Filme kann entstehen, unabhängiger von politischer Zensur. Staatlich geförderte Filme leisten oftmals einen Balanceakt zwischen der Bestätigung des Bestehenden (des Förderers) und einer intrinsischen politischen Aussage, welche eventuell zur Veränderung bewegen will. *Fresa y Chocolate* zeigt, dass dieser Balanceakt besteht und wie er gut gemeistert werden kann. *Amores Perros* verzichtet auf eine finanzielle Hilfe durch das IMCINE, um seine jugendliche Sprache, die ungewöhnliche Darstellung und seine Freizügigkeit durchsetzen zu können. Im Fall Kolumbien sind staatliche Maßnahmen seit jeher kurzfristig. *La Vendedora de Rosas* ist durch Eigenkapital sowie seinen Produzenten Erwin Goggel finanziert und nicht durch staatliche Mittel. Nicht nur, weil diese in Kolumbien kaum vorhanden sind, sondern vorwiegend, weil das Thema Straßenkinder nicht von politischer Seite gefördert oder gern gesehen ist.

Im Einklang mit der Verminderung der staatlichen Förderung hat sich der Einfluss anderer, nichtstaatlicher Organisationen seit den 1990ern erhöht. Bemerkenswert ist dabei, dass ausländische nichtstaatliche Organisationen wichtiger werden als einheimische. Dies kann daran liegen, dass ausländische Organisationen mehr wirtschaftliche sowie ästhetische und weniger politische Verpflichtungen und Kompromisse fordern. Eine nichtstaatliche Organisation, die im Filmbereich in Mexiko an Bedeutung verloren hat, ist die Kirche. Ihre Lobby konnte die Produktion und den Erfolg von *El Crimen del Padre Amaro* (*Die Versuchung des Padre Amaro*, Carlos Carrera, 2002) nicht verhindern. Im Gegenteil führte ihr öffentlicher Protest gegen die Literaturverfilmung zu erhöhter Publicity (Werbewirkung) und vermehrtem Interesse.

3.2.5 Der wachsende Einfluss von Koproduktionen und Fernsehsendern

Bi- und multilaterale Filmabkommen zur Koproduktion häufen sich im vereinten Europa und sind ebenfalls auf der Agenda vieler lateinamerikanischer Länder. Diese Abkommen sollen einen Beitrag für das gegenseitige Verständnis der Kulturen leisten, den Austausch von Filmen zwischen den beteiligten Ländern fördern und durch die Möglichkeit der Erhöhung der Produktionsbudgets das heimatische Filmschaffen international wettbewerbsfähiger machen. Häufiges Ziel dieser Regierungsabkommen ist es, Koproduktionen in jedem am Abkommen beteiligten Land wie inländische Produktionen behandeln zu können, um damit Zugang zu den jeweiligen nationalen Förderungssystemen zu erhalten. So können die Produzenten der internationalen Gemeinschaftsproduktionen in mehreren Ländern von Inländern vorbehaltenen Vergünstigungen profitieren.

Koproduktionen häufen sich, um eine Kostenverteilung der Produktionskosten, welche sich in den letzten Jahren vervielfacht haben, vorzunehmen.¹⁹⁷ Die Anzahl der Fernsehsender hat sich ebenfalls vervielfacht, sodass mehr Sendezeit zur Verfügung steht, welche gefüllt werden muss. Die Konkurrenz unter den Fernsehsendern, sei es privat oder öffentlich, begünstigt Koproduktionen. Die Gewinnmargen vom Fernsehen sind kleiner geworden und Ausgaben eingeschränkt. Fernsehsender arbeiten wettbewerbsorientierter und nehmen das Risiko der kostenintensiven Alleinproduktion nicht mehr auf sich. Es müssen im Regelfall mehrere Finanziere für ein Filmprojekt gefunden werden. Bei internationalen Koproduktionen vergrößert sich der Markt, auf dem die Kosten wieder eingespielt werden können. Ein nationaler Markt reicht – selbst im Fall von nordamerikanischen Blockbustern – zur Amortisierung nicht mehr aus.

Die Grundlage der Koproduktion ist neben den generellen Abkommen zwischen den beteiligten Ländern ein auf das konkrete Projekt angepasster Koproduktionsvertrag. Dieser Vertrag regelt eine Vielzahl von Filmaspekten. Dazu gehören¹⁹⁸

- der Vertragsgegenstand (Titel der Produktion, technische Daten, Stab und Besetzung, der Terminplan der Herstellung sowie der Fertigstellungstermin),
- die Rechtsregelung der Preproduktion, d.h. der Vorarbeiten und Vorleistungen zur Produktion (Idee, Drehbuch, Casting, Drehortsuche etc.),
- die Festlegung der Durchführung der Produktion (bestimmender Vertragspartner, Regeln der Kommunikation, Finanzierung der Überschreitung der kalkulierten Herstellungskosten, Versicherung und Projektkonten),
- die Verpflichtungen der Partner (Finanzierungsaufteilung, Leistungen wie die Bereitstellung der Technik zur Postproduktion oder das Einbringen von Schauspielern, bestimmten Materialien oder Studios),
- die Urheberrechte, Leistungsschutzrechte und sonstigen Nutzungsrechte,
- die Rechte am Material (Eigentum am und Zugang zum Kopienausgangsmaterial),
- die Festlegung der Herstellungskosten, Finanzierung und Erlösbeteiligungen (Kalkulationsschema der Herstellungskosten, Finanzierungsplan und Anteile der Vertragspartner an den Verwertungserlösen im Weltmarkt),

¹⁹⁷ Siehe zu diesem Absatz Steil in Blind/Hallenberger 1996: 49ff.

¹⁹⁸ Siehe dazu Berg/Hickethier 1994 und Blind/Hallenberger 1996.

- die Nennungsverpflichtung im Vor- und Abspann,
- die Auswertung (Konzept, Verwertungsverträge, Sperrfristen für TV, Video und DVD, Festivalteilnahmen, Referenzmittel, Preise und Prämien sowie Abrechnungsmodalitäten),
- die Anerkennung von und Informationsverpflichtung zu nationalen Förderungsbestimmungen und zwischenstaatlichen Filmabkommen und
- allgemeine Formalitäten (Wirksamkeitsbeginn, Haftungsbeschränkungen, Vertragsänderungsmodalitäten, Gerichtsstand).

Für die Gewinnauswertung ist ein präzise formulierter Koproduktionsvertrag entscheidend, da hier über die zukünftige Gewinnverteilung, welche erheblich von Kalkulationsbestimmungen und anrechenbaren Leistungen abhängt, entschieden wird.

Die Finanzierung durch ausländische Fernsehsender und Koproduktionen ist für Mexiko, Kuba und Kolumbien mit wachsenden ökonomischen Krisen und dem Rückzug der Regierungen aus Filmförderprogrammen und -institutionen interessanter und wichtiger geworden (siehe dazu Gliederungspunkte 3.2.2 und 3.2.4). Zum Teil wird diese Art der Finanzierung zur einzigen Überlebenschance. Nur in wenigen Fällen bleibt die ästhetische Struktur eines Filmes von seiner Finanzierungsart unbeeinflusst (siehe Gliederungspunkt 3.2.2).

Die Regisseure der drei untersuchten Filme behaupten, bei ihren Filmen freie Hand gehabt zu haben.¹⁹⁹ Abgesehen davon, dass Regisseure, die sich als Regiefilmer definieren, trotz der Betonung auf Teamarbeit dazu tendieren, Außeneinflüsse nicht zu publizieren, da es nicht in ihr Selbstbild passt, war dies bei diesen spezifischen drei Filmen wahrscheinlich tatsächlich so. Im Fall von González Iñárritu und Gaviria werden die Filme durch unabhängige Produzenten finanziert, was beste Voraussetzungen für eine gleichfalls unabhängige Produktion bietet, bei der Regisseure ihre ästhetischen Vorstellungen durchsetzen können und Produzenten (anders als im Studiosystem) in den Hintergrund treten. Gutiérrez Alea hat *Erdbeer und Schokolade* mit Mexiko und Spanien koproduziert. Durch seine Bekanntheit, seinen Ruf als Regisseur sowie den Zeitpunkt der Produktion ist es unwahrscheinlich, dass er durch die Koproduktionspartner sehr eingeschränkt wurde.

Koproduktionen nehmen ansonsten einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Ästhetik der Filme. Chanan sammelt in seinem Band über kubanische Filme dazu die Meinungen bekannter kubanischer Filmschaffender:

García Espinosa explains the danger of coproductions: they distort the whole character of the film, which now has to be shaped by commercial opportunity – an actor from this or that country, a story that justifies the partner's participation – which overrides aesthetic judgement and cultural authenticity. The actor Luis Alberto García accepts that coproductions provide material support and an opening to a market that was previously unavailable, but cannot believe they offer a solution for a genuinely Cuban cinema, which is of no interest to foreign capital. Humberto Solás wonders why it isn't possible to use some of the funds brought in by coproductions to support small-scale but entirely local productions "but I am not an economist, I don't understand all that." Orlando Rojas doubts that these banal subproducts bring in much money, which is why there is little investment in national productions, but everyone wants to work on them, because they help people make a living. In other words, people prefer to work on a French serial or a Canadian or Italian

¹⁹⁹ Siehe dazu Smith 2003 (für González Iñárritu), das Interview der Verfasserin mit Gaviria vom 19.02.2005 (für Victor Gaviria) sowie Chanan 2004 und Alea 1998 (für Gutiérrez Alea).

picture, because officially or unofficially they get a part of their salary in foreign currency. National films are disadvantaged. The system is not healthy. (Chanan 2004: 483)

Koproduktionen können Inkongruenzen in die Filme bringen. Für eine Koproduktion mit einem bestimmten Land wird in aller Regel eine immanente Verbindung zu dem Land gefordert. So werden teilweise schon beim Verfassen des Drehbuchs Verbindungen eingebaut, die rein wirtschaftlicher Natur sind und nicht im Sinne des Vorantreibens des Plots oder der ästhetischen Wirkung des Filmes. Koproduktionsverträge bestehen zum Teil auf Schauspielern aus einem Koproduktionsland. In *Golpe de Estad(i)o* (1998 Sergio Cabrera, Kolumbien) finden sich im kolumbianischen, tropischen Wald spanische, argentinische und italienische Schauspieler, die nur schwer ins Drehbuch, geschweige denn in den Film passen. Da es sich um eine Komödie handelt, ist die Glaubhaftigkeit des Plots nicht unbedingt eine Priorität. Dennoch stört es, wenn der an den Deutschen Klaus Mauser angelehnte Spion und Waffenhändler plötzlich einen definitiv nicht deutschen Akzent und das entsprechende stereotypische italienische Temperament hat. Von eindeutigen Inkongruenzen abgesehen, können Koproduktionen die Stereotypisierung hispanoamerikanischer Filme vergrößern, da sie für ein internationales Filmpublikum, welches über wenig spezifisches Wissen zu den einzelnen Ländern verfügt, interessant sein sollen. Der von Senator Film koproduzierte Film *Die Reisen des jungen Che (Motorcycle Diaries)*, 2004, Walter Salles, Argentinien, Chile, Peru, Großbritannien, Deutschland, Frankreich, USA) baut auf einen internationalen Star (den Mexikaner Gael García Bernal) und außer der in den ersten 30 Minuten auftretenden Figur des Vaters spanisch-irischer Abstammung (verkörpert vom Franzosen Jean Pierre Noher) auf keine europäischen Schauspieler in tragenden Rollen. Mit dem Produzenten *Robert Redford, der sich im Rahmen des von ihm gegründeten 'Sundance Film Festival' seit Jahren für das lateinamerikanische Kino engagiert* (Bremme 2004: 56), ist es mehr eine transamerikanische als europäische Produktion. Die Sicht des Films auf den zu entdeckenden lateinamerikanischen Kontinent ist eine Außenansicht, die wie ein Touristenführer oberflächlich Neulingen eine andere Welt zeigt. Meine (den Rahmen dieser Analyse allerdings sprengende) These dazu wäre, dass dies nicht daran liegt, dass der junge Che Guevara und sein Gefährte Alberto Granado für sie unbekannte Landstriche entdecken, sondern vielmehr, dass ein nordamerikanisches und europäisches Publikum diesen Film besuchen und ihm zustimmen soll. Ebenso soll ein lateinamerikanisches Publikum allgemeine lateinamerikanische Verbindungen und Problematiken zueinander erkennen und ein Gefühl der Verbundenheit empfinden.

Gemeinschaftsproduktionen mit Fernsehsendern können auf nationaler oder internationaler Ebene durchgeführt werden. Auf Kuba ist eine nationale Zusammenarbeit sehr wohl denkbar, nicht jedoch mit finanziellen Mitteln, da weder Film noch Fernsehen institutionell vom Staat unabhängig ist. Das kubanische Fernsehen wird vom Staat finanziert und hat keine Gelder zur Koproduktion oder für Gemeinschaftsproduktionen zur Verfügung. Eine nationale Zusammenarbeit beschränkt sich entsprechend auf informelle Kooperationen. In Kolumbien und Mexiko kommt es außerhalb der Komödienproduktion der billigsten Art für den Fernsehmarkt in den seltensten Fällen zu Koproduktionen. Dieser Aspekt der Koproduktion kann für den Untersuchungsgegenstand vernachlässigt werden.

Die Zusammenarbeit mit ausländischen Fernsehsendern findet vorwiegend mit Spanien statt. In den 1970er Jahren gibt es zunächst einzelne Gemeinschaftsprojekte mit dem

italienischen Fernsehsender RAI (Getino 1994: 59). Diese Zusammenarbeit tritt jedoch mit dem verstärkten Einsatz des spanischen Fernsehens *Televisión Española (TVE)* zwischen 1986 und 1992 in den Hintergrund:

Televisión Española habría invertido entre 1986 y 1992 más de veinte millones de dólares en la realización de distintas coproducciones con América Latina, esto es, una suma considerablemente superior a la aportada por el conjunto de los estados de la región. (Ebd.)

Aus dieser Zusammenarbeit entstehen zwischen 1985 und 1995 mehr als 50 Spielfilme sowie Serien und Fernsehfilme. Filme wie *La boca del lobo*²⁰⁰ (Peru, Francisco J. Lombardi, 1988), *La nación clandestina* (Bolivien, Jorge Sanjinés, 1989), *Ultimas imágenes del naufragio* (Argentinien, Eliseo Subiela, 1989), *Papeles secundarios* (Kuba, Orlando Rojas, 1989), *Danzón* (Mexiko, María Novaro, 1991) oder die Fernsehserie *Amores difíciles* (1988) hätten sonst nicht entstehen können. TVE beeinflusst damit erheblich die lateinamerikanische Filmproduktion im genannten Jahrzehnt. Die Umgestaltung des Fernsehsenders bereitet der Beihilfe ein Ende:

a partir de 1991 las dificultades financieras de TVE, el abandono de su concepción de servicio público, los conceptos comerciales de rentabilidad inmediata, las ideas –respetables como cualesquiera otras– de determinados directores, muy alejadas sin embargo de las de sus predecesores, etc., terminaron por reducir a la nada este proyecto de colaboración cuya fecha de defunción puede considerarse lamentablemente coincidente con el glorioso año 1992. (Pérez Estremera, Manuel, "Quelques principes, faits et conclusions", in: *Cinémas d'Amérique Latine*, 1994, Nr. 2, S. 70)

Die europäische Filmförderung und private Investoren wie unabhängige Produktionsfirmen beginnen bereits ab 1990 das Loch zu füllen. Filme wie *Bittersüße Schokolade* (*Como agua para chocolate* Mexiko, Alfonso Arau, 1991), *Un lugar en el mundo* (Argentinien, Adolfo Aristarain, 1991) und *Erdbeer und Schokolade* (*Fresa y chocolate*, Kuba, Tomás Gutiérrez Alea y Juan Carlos Tabío, 1993) werden so möglich.

Internationale Filmproduktionsfirmen wie Wanda, Tornasol, Sogetel oder Lola Films finanzieren unter anderem Filme wie *El entusiasmo* (Chile, Ricardo Larrain, 1999), *Pantaleón y las visitadoras* (Peru, Francisco J. Lombardi, 1999), *Sin dejar huella* (Mexiko, María Novaro, 2000), *La ciénaga* (Argentinien, Lucrecia Martel, 2001), *El hijo de la novia* (Argentinien, Juan José Campanella, 2001) oder *Suite Habana* (Kuba, Fernando Pérez, 2003) mit. Das Werk des Mexikaners Arturo Ripstein wäre ebenso wenig ohne die Koproduktion mit spanischen Produktionsfirmen denkbar.

*[La] cooperación cinematográfica entre España y América Latina ha ido constantemente en aumento: 1 film en los años cuarenta, 42 en los cincuenta, 68 en los sesenta, 84 en los setenta, 66 en los ochenta, 126 en los noventa y 56 tan sólo en el bienio 2001-2002 hablan a las claras en tal sentido. Esta reciente eclosión de coproducciones entre España y América Latina, capaz de asombrar a propios y extraños, sólo se entiende naturalmente al socaire del ya mencionado boom del cine latinoamericano en nuestras pantallas a partir de algunos sonados éxitos a comienzos de la década de los noventa.*²⁰¹

In den Jahren 1996 bis 2003 steigen die Koproduktionszahlen von lateinamerikanischen Filmen mit Spanien weiter. Ein Drittel aller spanischen Filme sind Koproduktionen, insgesamt

²⁰⁰ Deutsche Titel werden falls bekannt genannt. Da viele dieser Filme nur unter ihren Originaltiteln auf internationalen Festivals oder mit ihren englischen Übersetzungen vorgeführt wurden, gibt es jedoch zum Teil keinen festen deutschen Titel.

²⁰¹ Alberto Elena *Lugares comunes: nuevas políticas de coproducción entre España y América Latina*, zitiert aus http://www.otrocampo.com/9/coproduccion_elena.html, letzter Zugriff: 28.02.2005.

sind es 280 Filme im Vergleich zu 489 rein spanischen Produktionen.²⁰² Eine große Rolle für das Weiterbestehen des lateinamerikanischen Films spielt die Wiedergewinnung des Publikums in den eigenen Ländern sowie in Spanien und mit den großen Produktionen wie *Amores Perros*, *Y tu Mamá También* und *Cidade de Deus* auch weltweit. Größere Popularität sowie ein von der Kritik verkündeter Boom des lateinamerikanischen Films bedeuten eine Risikosenkung für die Investition in ebensolchen. Das sich bildende Starsystem um Gael García Bernal, Jorge Perugorria und andere Latino-Darsteller (selbst wenn sie im Fall von Antonio Banderas Spanier sind) wirkt positiv in diese Richtung.

Private Investoren sind nicht nur Produktionsfirmen und reiche Mäzene. Durch Banken wird private Filmunterstützung auch für mittlere und kleine Investoren möglich. So unterstützt z.B. die Hypovereinsbank Filmfonds von privaten Investitionsgesellschaften wie der Münchener Alcas GmbH. In der Broschüre eines der Alcas-Film-Produktions-Fonds für internationale Kinoproduktionen aus dem Jahr 2000 heißt es:

Die Fondsgesellschaft [MFP Munich Film Partners] erwirbt Stoffrechte und produziert Filme. Die Kosten für den Erwerb der Stoffrechte und die eigentliche Filmproduktion werden von der Fondsgesellschaft getragen. Die Fondsgesellschaft hat die Verwertungsrechte an den Filmen zeitlich befristet einem Lizenznehmer eingeräumt ... Die Lizenzzahlungen werden während der Laufzeit des Fonds zur Bedienung (Zins und Tilgung) der Anteilsfinanzierung und am Ende des Fonds für Ausschüttungen an den Anleger verwendet. ... Filmproduktionen: Die Fondsgesellschaft produziert voraussichtlich vier Filme mit den Arbeitstiteln „Shooter“, „Hardball“, „Guam Goes to the Moon“ und „I Was Made to Love Her“ ... mit dem Produktionsdienstleister werden Maximalbudgets vereinbart, die ggf. reduziert werden können. (Beteiligungsangebot 123, Alcas GmbH, S. 3f.)

Zu den Filmprojekten selbst gibt es über Arbeitstitelangaben inhaltlich wenig Information, lediglich ein Pitching von etwa fünf Sätzen. Die Anlage wird als rein finanzielle und langfristige Investition vermarktet, stützt sich jedoch auf bekannte Produktions- und Distributionsfirmen wie Viacom Inc. und Paramount Pictures Corporation sowie auf Großbanken. Ihre Gewinnprognoseberechnung setzt sich aus Erträgen aus Lizenzgebühren, Rückzahlungen des an die Lizenznehmer gewährten Darlehens und aus steuerlichen Vergünstigungen für den Anleger fest. Die Mindestzeichnungssummen variieren je nach Projekt zwischen 10.000 - 50.000 Euro und das Gesamtvolumen umfasst mehrere Hundertmillionen Euro. Weitere und aktuellere Filmfonds dieser Gesellschaft können unter www.alcas.de nachgeschlagen werden.

3.3 Kontinuität im Wechsel: Filmproduktion in Kolumbien

3.3.1 Die anderen Medien

In Kolumbien gibt es neben den circa 300 Kinosälen im audiovisuellen Medienbereich 2 nationale private, 3 staatliche und 4 regionale Fernsehsender. Der traditionell starke Radiobereich umfasst 575 Radiostationen und die Printmedien knapp 30 Tageszeitungen sowie circa 10 Zeitschriften und kleinere Wochenzeitungen. Auch die digitalen Medien sind gut entwickelt. Sie erweitern das Angebot der bestehenden Medien durch einen entsprechenden Internetauftritt und bilden ein eigenes Medium in sich.²⁰³ Seit der Öffnung

²⁰² Laut dem spanischen Amt für Statistik, siehe <http://www.mcu.es/cine/cvdc/ev/pdf/icaaespa.pdf>, letzter Zugriff: 10.03.2005.

²⁰³ Eine Auflistung der bedeutendsten Massenmedien und ihrer URL-Adressen findet sich unter anderem unter http://www.embajada-colombia.de/paginas/c_medios.htm (letzter Zugriff: 29.01.2006) sowie auf der CD-ROM

des Fernsehmarktes für private Sender 1997 werden die Massenmedien von zwei großen Konzernen dominiert, *Organización Ardila Lülle* (OAL) und *Grupo Santo Domingo*. Beide Konzerne, benannt nach ihren Besitzern, stammen ursprünglich aus der Getränkeindustrie und sind neben den Medien in den verschiedensten Branchen involviert.²⁰⁴ Eine dritte einflussreiche (in der Größenordnung jedoch nicht vergleichbare) Familie im Mediengeschäft ist die Familie Santos, Besitzer des Konglomerats *Casa Editorial El Tiempo*, welche unter anderem die meistgelesene Tageszeitung *El Tiempo* herausbringt. OAL kontrolliert im Medienbereich neben kleinen Sendern den zweitgrößten Fernsehsender RCN (*Radio Cadena Nacional*) TV, die Produktionsfirma *RCN productora*, die Werbeagentur *house agency* sowie das Musiklabel *Industria Electro Sonora S.A.* (Sonolux). *Grupo Santo Domingo* besitzt unter anderem *Caracol* TV, die zweitwichtigste Tageszeitung *El Espectador*, die Zeitschrift *Cromos*, das Kabelunternehmen *TV Cable*, den Software- und Internetanbieter *Red Colombia* und das Mobiltelefonunternehmen *Celumovil*. Damit sind die beiden wichtigsten Fernsehsender und Medienunternehmen, RCN und *Caracol*, in den Händen von privaten, rein wirtschaftlich orientierten Konzernen. Bis vor kurzem waren OAL und *Grupo Santo Domingo* mit *RCN* Radio und *Caracol* Radio stark im Radiobereich involviert.

Die Interdependenzen der Medien sind unbestritten. Im TV- und Kinobereich sind sie wie in anderen kleinen Filmländern extrem. Es arbeiten die gleichen Techniker, Schauspieler und Regisseure an TV- wie Kinoprojekten. Das Medien- und Kommunikationssystem in Kolumbien ist technisch fortgeschritten, aber laut dem Medienwissenschaftler Jesús Martín Barbero politisch und sozial befangen beziehungsweise „unterentwickelt“:

*En Colombia, donde se vive un desarrollo tecnologico rapido en un contexto politico y social de los mas deteriorados del continente, las fuerzas progresistas no tienen capacidad de entender el rol estrategico de los medios masivos.*²⁰⁵

Die Politisierung der Massenmedien und ihre Rolle im Bürgerkrieg bestimmen die öffentliche Diskussion ebenso wie die Frage der Zensur sowie der Selbstzensur. Zum einen wird die Pressefreiheit von Regierungsseite herangezogen, um zu beweisen, dass in Kolumbien Demokratie ausgeübt wird. Zum anderen wird sie von den gleichen Stellen untermauert und gefordert, dass die Massenmedien bei dem bestehenden Bürgerkrieg nicht neutral sein dürfen (siehe die Äußerungen bezüglich der Massenmedien und den bewaffneten Konflikt von Pastrana und Uribe bei Amtsübergabe im August 2002). Sie stellen damit politische Interessen vor das Recht der Bürger auf Information und freie Meinungsäußerung.²⁰⁶ Die Abhängigkeit des Mediensystems von den wirtschaftlichen und

“Informe del Sistema Nacional de Cultura – Colombia” oder virtuell unter <http://www.oei.org.co/quipu/colombia/col01.pdf> (letzter Zugriff: 29.01.2006).

²⁰⁴ Carlos Ardila Lülle, Gründer und Leiter der OAL, beginnt seine Karriere mit antialkoholischen Getränken (Postobon – dem kolumbianischen Pendant zu Coca Cola) und hat heute unter anderem Beteiligungen im Textilbereich, der Getränke- und der Zuckerindustrie, im Finanzbereich, der landwirtschaftlichen Industrie und der Aluminiumverarbeitung (<http://www.canalrcn.com/oal/> letzter Zugriff: 30.01.2006). Die *Grupo Santo Domingo*, geführt von Julio Mario Santo Domingo, startet ihre Erfolgsgeschichte mit der Biermarke Bavaria. Ihre wechselnden Beteiligungen an verschiedenen Branchen, unter anderem der Flugzeugbranche (mit dem Besitz der kolumbianischen Fluggesellschaft Avianca), der Getränkeindustrie, der Finanzbranche (mit Versicherungen), der Lebensmittelbranche (mit der Supermarktkette Carrefour) und der landwirtschaftlichen Industrie sind schwer zu überblicken. Derzeitig scheint sich die *Grupo Santo Domingo* vorwiegend auf den Medien-, und Internetbereich zu konzentrieren und ist außerdem Besitzer von Propilco, Biofilm (Aluminiumfolienhersteller) und Aluminio Reynolds (Portafolio vom 20.07.2005 unter http://www.portafolio.com.co/port_secc_online/porta_econ_online/2005-07-20/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-2152972.html, letzter Zugriff: 30.01.2006).

²⁰⁵ Prof. Dr. Jesús Martín Barbero (Medienwissenschaftler der Universidad Javeriana, Kolumbien) in einem Vortrag an der Universität Cambridge am 19.02.2005.

²⁰⁶ “Colombian media scholars have pointed out repeatedly that when it comes to journalism and democracy, political and economic interests are more important than support for freedom of expression and the right of

politischen Eliten ist ihrer Entwicklung in Kolumbien ebenso hinderlich wie in Mexiko. Machtkonzentration ist eines der wesentlichen Schwachpunkte der politischen Systeme mit demokratischen Regierungen in Lateinamerika. Mangelndes Demokratieverständnis manifestiert sich in Gewalt gegen kritische Journalisten. Laut der Bewertung der *reporters sans frontiers* ist die Pressefreiheit in Kolumbien erheblich eingeschränkt und das Mediensystem kompromittiert.²⁰⁷ Vielerorts wird zudem die politische Regierungsnähe der beiden Medienmogule beklagt und so die Pressefreiheit angezweifelt.

Die Rosenverkäuferin ist mit diesem Mediensystem wenig verbunden. Gaviria kann so sein Projekt als Regiefilmer durchsetzen. Der Nachteil dabei ist, dass er von den Vernetzungen der Medien kaum profitieren kann. Dies ist einer der Gründe für den finanziellen Misserfolg von *Die Rosenverkäuferin*. Der Film hat die Printmedien und das Radio lediglich für kurze Zeit um den Cannesaufttritt und die Premiere in Kolumbien interessiert. Mit den audiovisuellen Medien war es durch die Wahl der Filmcrew nur in Bezug auf das Einzelwerk in Kontakt: Da die Schauspieler Laiendarsteller sind, sind sie im Filmbereich nicht vernetzt. Das Gleiche gilt bis zur Produktion vom Kapitalgeber, Produzenten und Dokumentarfilmer Erwin Goggel. Auch das technische Filmteam besteht vorwiegend aus regionalen Filmschaffenden, welche mit der vorwiegend in der Hauptstadt konzentrierten Fernsehindustrie wenig Austausch haben.

3.3.2 Demokratie auf kolumbianisch²⁰⁸

Wie auch in Mexiko und auf Kuba bildet ein einflussreicher und bestimmender Staatspräsident in Kolumbien die politische Führungsspitze. Der Präsident und der Vizepräsident werden für eine Amtsdauer von vier Jahren von der Bevölkerung direkt gewählt, eine Wiederwahl ist verfassungswidrig. Im weitesten Sinn ist Kolumbien die älteste Demokratie Lateinamerikas, der politische Alltag ist jedoch bestimmt von Menschenrechtsverletzungen, ständigen Ausnahmezuständen, Korruption, Stimmenkauf, einer einflussreichen Oligarchie und dem traditionellen Ringen zwischen der liberalen und der konservativen Partei. Das 20. Jahrhundert bedeutet für Kolumbien eine relative wirtschaftliche Stabilität inmitten von politischer Instabilität, ständigen Konflikten und einem Bürgerkrieg. Die Instabilität ist es, die das Entstehen und Reifen einer staatlich initiierten Filmindustrie unterbindet. Sie erschwert ebenfalls private oder wirtschaftliche Bemühungen im Filmsektor. In Mexiko und Kuba war oder ist politische Kontinuität durch das Regime gegeben und nicht durch eine Demokratie, in Kolumbien nicht: Es scheint sich hier zu zeigen, dass eine politische Beständigkeit mehr noch als wirtschaftliche Prosperität Voraussetzung für eine gesunde Filmindustrie ist. Denn wirtschaftliche Voraussetzungen sind bis Anfang der 1990er Jahre in Kolumbien gegeben: Das Land und seine großen Industriezweige Öl, Agrarprodukte (Blumen, Bananen, Kaffee) sowie Edelsteine florieren.

citizens to information." Colombia Annual Report 2003. Reporters sans Frontiers, http://www.rsf.org/article.php3?id_article=6191, letzter Zugriff: 27.01.2006.

²⁰⁷ Kolumbien liegt auf Platz 147 (von 166 Ländern) zwischen Ländern wie Singapur und Nepal (http://www.rsf.org/IMG/pdf/clasificacion_mundial.pdf, letzter Zugriff: 27.01.2006). In die Bewertung mit einbezogen werden Bedrohungen von Journalisten, Todesfälle, Entführungen und allgemeine Behinderung beim Ausüben ihres Berufes.

²⁰⁸ Siehe vor allem Livingstone 2003 sowie Informationen des Auswärtigen Amtes, Diehl/Helfrich-Bernal 2001 und <http://www.inwent.org/v-ez/lis/colombia/seite2.htm> (letzter Zugriff: 24.11.2004).

Das traditionelle kolumbianische Zweiparteiensystem wird lediglich von 1953 bis 1958 durch eine Militärdiktatur unterbrochen. Mit dem Übergang zur *Frente Nacional* wird der Bürgerkrieg, die sogenannte *Violencia* (1948-1958), in den Untergrund gerückt. Von 1958 bis 1974 teilen sich in der „Nationalen Front“ Liberale und Konservative die Macht paritätisch. Der Regierungswechsel findet turnusgemäß alle vier Jahre statt und es gibt bedingte Bemühungen zur Transformation in ein ziviles Regime. Durch die unausgeglichene Machtverteilung unter der „Nationalen Front“ kommt es zur Entstehung einer radikalen Opposition, die in den 60er und 70er Jahren in der Gründung verschiedener Guerilla-Gruppen, der FARC (*Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia*), ELN (*Ejército de Liberación Nacional*), EPL (*Ejército Popular de Liberación*) und M-19 (*Alianza Democrática*), gipfelt. Ende der 60er Jahre kommt die Gründung staatlicher und privater „Selbstverteidigungsgruppen“ (Paramilitärs²⁰⁹) hinzu. Die staatlichen Gruppen arbeiten mit dem Militär zusammen, während die privaten Paramilitärs Großgrundbesitzer und Drogenbarone ‚beschützen‘. Ihre Legalität ist wechselnd, sie werden aber zum Schutz gegen die Guerilla geduldet. Die meisten Gruppen schließen sich 1983 in der AUC (*Autodefensas Unidas de Colombia*) zusammen, was die Komplexität des Terrors gegen den Staat erhöht.²¹⁰ Die zivile Bevölkerung ist größter Leidtragender dieser Situation. Die Beziehungen von einem zwischen allen Einflussgruppen hin- und hergerissenen Staat und ihren Bürgern sind von Misstrauen geprägt. Entsprechend ihre Darstellung im Film, wie unter anderem in *Estrategia del Caracol* (*Die Strategie der Schnecke*, Sergio Cabrera, 1993) zu sehen ist. In diesem Film wehren sich einfache Hausbewohner erfolgreich gegen die von reichen Grundbesitzern beeinflusste Stadtpolitik.

1984 wird ein erster Waffenstillstand mit der Guerilla unterzeichnet. Die Friedenspolitik des damaligen Präsidenten Belisario Betancur (1982-1986) ist nicht erfolgreich und führt zu einer weiteren Eskalation des inneren Krieges. Der traumatische Schlusspunkt dieser ersten Annäherung von Staat und Guerilla ist 1985 die Besetzung des Justizpalastes durch die M-19. Anders als die in *La Toma de la Embajada* (*Die Besetzung der Botschaft*, Kolumbien, Ciro Durán, 2000) filmisch verarbeitete Besetzung der nikaraguanischen Botschaft durch die M-19 in 1980 endet diese ebenfalls spektakuläre Geiselnahme gewaltsam. Die Friedensgespräche werden bis auf weiteres eingestellt. Die „Nationale Front“ endet zwar 1974, ist jedoch bis heute nicht substantiell reformiert, und dritte Parteien werden bei Wahlen benachteiligt. Restriktionen im Bereich der Rechtsstaatlichkeit, des Repräsentations- und des Wahlregimes behindern eine Transformation zur faktischen Demokratie. Durch die Verfassungsreform von 1991 wird ein Versuch in Richtung Demokratie gestartet und die politische Ordnung auf eine neue institutionelle Grundlage gestellt. Diese Grundlage hat es dennoch nicht geschafft, die informellen, in die politische Kultur eingebetteten Defizite zu überwinden, und wird zudem durch Reformen der letzten Jahre beständig ausgehöhlt.

Die 1990er Jahre sind bestimmt von scheiternden Friedensverhandlungen und wirtschaftlichen Krisen. Die Anzahl der Mitglieder der den Staat terrorisierenden Gruppen

²⁰⁹ „Paramilitaries is a term used to describe various types of illegal rightwing armed groups which work alongside the armed forces. They include private militia funded by landowners and businesses; drug traffickers hit squads and ‘social cleansing’ death squads. The largest paramilitary network is the Autodefensas Unidas de Colombia (AUC).“ (Livingstone 2003: 218)

²¹⁰ „Paramilitaries became legal in 1968 with the enactment of Law 48 which authorised the military to arm and ‘mobilise’ civilians to defend public order. Paramilitarism was outlawed in 1989, but re-instated in 1993 when government legalised ‘private security and vigilance co-operatives’ (Convivir). These groups of rural armed civilians were supposed to provide intelligence and other support to the armed forces, but many of them soon turned into fully-fledged paramilitaries. They were outlawed in 1999.“ (Livingstone 2003: 218)

wächst beständig. Dem Staat gelingt es zwar, die großen Cali-Drogenkartelle zu zersplittern: zuerst durch den Tod von Pablo Escobar unter Präsident César Gaviria (1990-1994) und dann durch die Inhaftierung oder den Tod der anderen großen Kartellanführer unter dem liberalen Präsidenten Ernesto Samper Pizano (1994-1998). Allerdings bleibt die Masse der hergestellten Drogen davon relativ unberührt.²¹¹ Die Beziehungen zu und die Kooperation mit den USA erreichen unter Samper ihren vorläufigen Tiefpunkt, was die Kreditwürdigkeit des Landes stark einschränkt, aber vom Großteil der Bevölkerung getragen wird. Auch der konservative Harvard-Absolvent Andrés Pastrana (1998-2002), der die Liberalen nach zwölf Jahren Regierungszeit ablöst, wird aufgrund seiner politischen Schwäche von den USA nicht geschätzt. Pastrana kann aufgrund einer mangelnden Mehrheit der Parlamentssitze keine starke Regierung bilden. Mit der Ankündigung eines Referendums, welche die Auflösung des Parlaments und Neuwahlen einschließen soll, bricht seine politische Allianz im Frühjahr 2000 auseinander: Sowohl die politische Reform als auch der Friedensprozess sind gescheitert. Die von Pastrana geführten Friedensverhandlungen bringen zunächst Hoffnung auf eine friedliche Lösung. Diese spiegelt sich in der ironischen Komödie *Golpe de Estad(i)o* (*Regierungsumsturz*, Sergio Cabrera, 1998) wider, in der Guerillakämpfer und Militär einen kurzfristigen Waffenstillstand aushandeln, um gemeinsam das Fußballendspiel der *Copa de América* zu sehen. Kolumbien erringt in diesem historisch korrekt dargestellten Spiel einen überwältigenden Sieg gegen Argentinien und bringt die Protagonisten für eine Nacht der Siegesfeier auf den kleinsten gemeinsamen Nenner: ihren Patriotismus. Der Film verdeutlicht die Stimmung der allgemeinen Öffentlichkeit zum Ende der 1990er Jahre und den Wunsch nach einer Vereinigung des Landes.

Die Guerilla fordert unter anderem Verteilungsgerechtigkeit und die Bekämpfung der paramilitärischen AUC von der Regierung. 2001 verfügt die FARC bereits über 16.000 - 20.000 Mitglieder (1995 waren es „nur“ geschätzte 7.000; Livingstone 2003: 203) und ist in über 60 % der Landkreise präsent. Pastrana richtet für sie im Zuge der Verhandlungen eine entmilitarisierte Zone, *Zona de Despeje* oder populär *Farclandia* genannt, ein.²¹² Nach einer nationalen Bedrohung der Versorgungsstruktur des Landes durch Blockaden, besonders um die Hauptstadt herum, sowie der Entführung des Vorsitzenden der Friedenskommission des Senates brechen am 20. Februar 2002 die Friedensgespräche ab und das Militär zieht in die freie Zone ein. Die Einrichtung einer entmilitarisierten Zone für die wesentlich kleinere Guerillagruppe ELN²¹³ lässt sich im Norden des Landes unter anderem aufgrund des massiven Protestes der Bevölkerung vor Ort nicht durchsetzen. Kurz vor der Niederlegung seines Amtes Ende Mai 2002 muss Pastrana auch Verhandlungen mit der ELN für gescheitert erklären. Der Abbruch von Friedensverhandlungen bestimmt die Wahlen des Kongresses und des Präsidenten. Der Bürgerkrieg, seit 1958 unterschwellig vorhanden, ist erneut offen ausgebrochen. Die Wahlbeteiligung liegt bei 42 % und ist in ländlichen Gegenden durch massive Einflussnahme der bewaffneten Gruppen weitaus geringer sowie im Ergebnis unzuverlässiger. Zahlreiche Korruptionsskandale im Senat und im Repräsentantenhaus sind ebenfalls nicht zur Wahlmotivation geeignet. Der bewaffnete Konflikt scheint unabhängige Kandidaten zu begünstigen: Die traditionellen Parteien haben es nicht geschafft, eine Lösung oder Verbesserung der Lage auszuhandeln. Der ehemals

²¹¹ Kolumbien liefert immer noch circa 80 % des auf dem Weltmarkt erhältlichen Kokains (nur 2 % des Heroins und 1 % der Marihuana, Livingstone 2003: 236).

²¹² *Farclandia* mit der Hauptstadt San Vicente del Caguán ist mit ungefähr 42.000 km² etwas größer als die Schweiz (Livingstone 2003).

²¹³ Die ELN zählt in 2000 circa 4000 Mitglieder (ebd., S. 209).

liberale und heute unabhängige Kandidat Alvaro Uribe wird zum Präsidenten gewählt und kann die Unterstützung der Konservativen gewinnen. Seine Wahlversprechen kreisen um eine autoritäre Lösung des Konfliktes, um sogenannte „demokratische Sicherheit“, Armutsbekämpfung, soziale Gerechtigkeit und Maßnahmen gegen die Korruption. Die Bevölkerung ist sich bewusst, dass die Wahl von Uribe das Land weiter in den Krieg reißen wird, eine weitere Militarisierung des Landes zur Folge hat, und scheint die Hoffnung auf eine friedliche Lösung aufgegeben zu haben. Der unter anderem in Harvard und Oxford ausgebildete Jurist plant die Verdopplung des Militärs und die Einführung des Berufsheeres. Zur Finanzierung seiner Maßnahmen reduziert er die Anzahl der Ministerien und macht die Staatsbürokratie „schlanker“. Kritische Stimmen warnen seitdem vor einer weiteren Aushöhlung der fragilen Demokratie und der ständigen Gefährdung der Menschenrechte in Kolumbien. Der autoritäre Führungsstil des erklärten Feindes der Guerilla wird zum einen von der Bevölkerung zwiespältig aufgenommen.²¹⁴ Besonders unbeliebt sind Maßnahmen zur Kontrolle subversiver Aktivitäten: ein System von dubiosen Informanten und nicht demokratische Mittel der Kontrolle der Bevölkerung (das Antiterrorstatut²¹⁵, die Ausrufung von Ausnahmezuständen, die nicht gerechtfertigt werden müssen, die Außerkraftsetzung von Grundrechten, Festnahmen etc). Uribe zählt auf die umfassende Mitfinanzierung des Bürgerkrieges durch die USA und geht die dazu nötigen Zugeständnisse ein. Seine Vorgehensweise entspricht der US-amerikanischen Regierung mehr als die von Pastrana geführten Verhandlungen. Zudem richtet sich die US-amerikanische Außenpolitik nach einer Phase der Konzentration auf den mittleren Osten infolge der Terroranschläge vom September 2001 erneut auch auf Lateinamerika und dort verstärkt auf Terrorismus. Seit Anfang 2003 gibt es Gespräche über Friedensverhandlungen mit den Paramilitärs, die sich im Lauf der Jahrzehnte ebenfalls verselbstständigt haben: Allein die AUC verfügt 2001 über rund 10.000 Mitglieder, 2004 ist bereits von 17.000 die Rede. *The Guardian* berichtet am 11.12.2004, dass einer der Anführer der AUC, Salvatore Manusco, und 1.400 seiner Anhänger in der vierten und bisher größten Demobilisation ihre Waffen niedergelegt haben.

Im Bildungssektor gilt eine neunjährige Schulpflicht. Der Unterricht an den staatlichen Schulen ist kostenlos. Der durch einen hohen Anteil von Privatuniversitäten gekennzeichnete akademische Sektor hat ein anerkanntes Niveau und der Zugang zu den staatlichen Universitäten ist für Angehörige der ärmeren Bevölkerungsteile möglich. Kulturförderung staatlicherseits wird außerhalb des Erziehungssektors durch das im Juli 1997 gegründete Kulturministerium und im Wissenschaftssektor durch die Kulturbehörde Colciencias wahrgenommen, in den Provinzen und größeren Städten durch die örtlichen Verwaltungen. Die Regierungen in Kolumbien, Mexiko und Kuba ziehen sich in den 1990er Jahren weiter aus ihrer Rolle als Versorgerinnen und Arbeitgeberinnen zurück. Die Rolle des Staates im Kulturbetrieb war lange Zeit – zumindest in Mexiko und auf Kuba – unbestritten, in den letzten zwei Jahrzehnten jedoch werden in allen drei Ländern Staatsbetriebe so weit wie möglich liquidiert oder privatisiert. Dies gilt auch für Filminstitute und Fördereinrichtungen. So lange die Länder um ausländische Unterstützungen bei ihrem nächsten Etat bangen

²¹⁴ Uribes Vater wird 1983 von der FARC ermordet. Anschuldigungen über Verbindungen der Familie zu paramilitärischen Gruppen sind bis heute nicht erwiesen, halten sich aber weiterhin.

²¹⁵ „Die von der Legislative angenommene Verfassungsreform verleiht der Armee [ohne einen konkreten richterlichen Befehl] richterliche Kompetenzen, um Hausdurchsuchungen und Verhaftungen vornehmen zu können, Kommunikationen abzuhören und Wohnsitzregister führen zu können.“ (<http://www.inwent.org/vez/lis/colombia/seite2.htm>, letzter Zugriff: 24.11.2004)

müssen, wie im Fall von Kolumbien und Mexiko, oder um ihr grundsätzliches Weiterbestehen, wie im Fall von Kuba, wird die Kulturproduktion in zunehmendem Maß unter betriebswirtschaftlichen Aspekten gesehen und es werden Einsparungen gemacht, wo immer sich die Möglichkeit bietet. Das Fortsetzen und die Pflege des Kulturerbes treten demgegenüber in den Hintergrund. Weder Kolumbien noch Mexiko sind in den 1990er Jahren Demokratien im engsten Sinn, Kuba nicht einmal im weitesten Sinn. Wirtschaftliche Krisen in den 1990er Jahren und zu Beginn des neuen Jahrtausends gehen einher mit politischen Veränderungen. Die neoliberale Wirtschaftspolitik, zu der sich viele lateinamerikanische Staaten, so auch Kolumbien und Mexiko, durch die Weltbank und den IMF (*International Monetary Fund*) gezwungen sehen, wirkt den Bemühungen zur gemeinsamen lateinamerikanischen Filmförderung entgegen.²¹⁶ Angesichts der dramatischen innenpolitischen Probleme wird Filmpolitik weder als strategisch wichtig angesehen noch ist ein starkes politisches Interesse an der zeitgenössischen Kulturproduktion feststellbar: Dem Kino fehlt die Lobby in Kolumbien. Die Abhängigkeit von finanziellen Mitteln und der Unterstützung der USA im Bürgerkrieg macht die Verhandlungsposition von Kolumbien in kulturellen Angelegenheiten schwach. Dennoch sind seit 1997 einige institutionelle Veränderungen begonnen worden, die zur Gründung der Stiftung *Proimágenes en Movimiento Colombia* (*Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica*/ siehe 3.3.4.) führen.

3.3.3 Oligarchie und Gewalt: eine Dauerkrise?

Kino als Kulturgut ist Teil dessen, was ein Land und seine künstlerische Ausdrucksweise ausmacht. Wie Kino Meinungsbildung und damit die Gesellschaft beeinflusst, beeinflussen die gesellschaftlichen Bedingungen die Kinoproduktion eines Landes. Wie kommt es dazu, dass ein Land wie Kolumbien mit 44 Millionen Einwohnern nur einen Bruchteil der Filme produziert, die ein viel kleineres Land wie Kuba fertiggestellt hat? Warum hat Kuba ein begeistertes nationales und internationales Publikum, während Mexiko beständig um sein eigenes Publikum kämpfen muss? Warum wird in gewisser Weise von kolumbianischen Filmen erwartet, dass sie sich mit Gewalt und Drogenhandel auseinandersetzen, während die Mexikaner Unterhalter sein sollen, deren Helden mit Schnurrbart und Tequilaflasche ausgestattet sind? Ein Vergleich zeigt, dass Kolumbien ab den 1990er Jahren das Land mit den meisten politischen Krisen und gewalttätigen Auseinandersetzungen ist. Es ist ein Land, in dem Kino und Kinoproduktion nicht fundamental verankert sind im Kulturgut und welches zurzeit andere Prioritäten setzt als die Unterstützung einer eigenen Filmindustrie.

Die politischen Konfrontationen, die das Land in den Bürgerkrieg reißen und die wirtschaftlichen Krisen verursachen, bringen gesellschaftliche Umschwünge und Notsituationen. Der Terror gegen den Staat und die Gewalt bestimmen bereits seit 1948 das tägliche Leben der Kolumbianer. Zu der organisierten Kriminalität kommt in den letzten Jahren verstärkt eine durch bittere Armut ausgelöste Kleinkriminalität: 41,5 % der Haushalte geben an, in 2003 nicht genügend Einkünfte zu haben, um ihre „gastos minimos“ (Minimalkosten) zu decken, für 8,3 % bedeutet dies, dass sie nicht mehr jeden Tag drei

²¹⁶ Siehe unter anderem <http://www.film20.de/news/index.html?c=News&ID=3877> und <http://www.film20.de/news/?c=News&ID=3888>, letzter Zugriff: 3.10.2004. Dennoch gibt es Filmfördereinrichtungen sowie ernsthafte Bemühungen zur Zusammenarbeit von Filminstitutionen einzelner hispanoamerikanischer Länder. Eine lateinamerikanische Filmschule existiert inzwischen nicht nur auf Kuba (EICTV – *Escuela Internacional de Cine y Televisión*), sondern auch in Puerto Rico (*Instituto Cinematografico Carribeño*).

Mahlzeiten zu sich nehmen können.²¹⁷ Durch wirtschaftliche Not rutschen weite Teile der Mittelklasse in die Unterschicht ab – ein Kinobesuch wird für sie zum unerschwinglichen Luxus. Kinos finden sich weiterhin in urbanen Zentren, da die ländlichen Gegenden durch politische Konflikte kommerziell schwer zugänglich sind und die Landbevölkerung durchschnittlich deutlich ärmer als die Stadtbevölkerung ist. Im Zusammenhang der sozialen Not der zivilen Bevölkerung wird ihre Beeinflussung der Toleranzgrenze von Gewalt in der Bevölkerung diskutiert.²¹⁸ *Die Rosenverkäuferin* (siehe 2.1) zeigt prototypisch die sozialen Folgen des Drogenkrieges in urbanen Zonen, die zu Straftaten, Raubüberfällen oder sogar Mord durch Kinder und Jugendliche führen.

Die Verletzungen der Menschenrechte häufen sich mit voranschreitendem politischem Konflikt, und eine massive Landflucht ist die Folge: Die Zahl der intern durch Gewalt Vertriebenen beträgt bei einer Bevölkerung von 42,3 Millionen (2004) je nach Quelle zwischen 2 und 3 Millionen Menschen (circa 5 % der Bevölkerung), die Anzahl der Auswanderer ist steigend.²¹⁹ Für den Zeitraum von 1996 bis 2000 wird sie von der New York Times (05.03.2000) bei steigenden Anforderungen für ein Visum ins Ausland auf 800.000 geschätzt, weitere 2 % der Bevölkerung. Die internen Flüchtlinge und Leidtragende der Gewalt erfahren wenig staatliche Unterstützung.

Im Jahr 2003 fielen über 3000 Menschen politisch motivierten Morden zum Opfer, weitere mindestens 600 Personen »verschwanden«. Etwa 2200 Menschen wurden entführt, davon die Hälfte von bewaffneten Oppositionsgruppen oder paramilitärischen Gruppierungen, die mit Unterstützung der Armee operierten. Die Zivilbevölkerung trug weiterhin die Hauptlast des bewaffneten Konflikts. Sowohl die Regierung als auch die Sicherheitskräfte versuchten verstärkt, die Legitimität der Arbeit von Menschenrechtsverteidigern, Mitgliedern der Friedensbewegung und Gewerkschaftern in Zweifel zu ziehen. Zudem wurden diese engagierten Gruppen von Paramilitärs bedroht und angegriffen. Der Kongress verabschiedete ein Gesetz, welches dem Militär justizpolizeiliche Befugnisse übertrug und somit der Straffreiheit für Menschenrechtsverstöße Vorschub leistete. (amnesty international, Jahresbericht Kolumbien 2004, Bonn (Sektion der Bundesrepublik Deutschland e.V.) 2004: 1)

Ähnliche Berichte finden sich bei den Organisationen *Human Rights Watch* oder *Colombia Support Network*.

Die Folgen dieser Situation für die Filmproduktion sind weiterhin katastrophal. Der kulturelle Einfluss der USA ist in der Gesellschaft auch durch die politische Einflussnahme und die Auswanderungsbestrebungen gegeben. Es gibt kaum Produktionen und für die wenigen vorhandenen fehlt ein Publikum. Zum einen wegen der beschriebenen Not und zum

²¹⁷ Die Zahlen entstammen der in 2003 vom staatlichen Amt für Statistik DANE durchgeführten nationalen Umfrage zur Lebensqualität: *Encuesta Nacional de Calidad de Vida* (siehe *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas*, www.dane.gov.co).

²¹⁸ Entführungen werden nicht mehr nur gezielt von der Guerilla zur Mitfinanzierung ihrer Aktivitäten gegen reiche In- und Ausländer durchgeführt: Internationale Hilfsorganisationen und die zivile Bevölkerung der Unter- und Mittelschicht werden ebenfalls bedroht. Entführungen dienen in Zeiten der Arbeitslosigkeit und Not als Einkommensquelle und zur persönlichen Bereicherung. Sie gehören damit wie kleinere Raubüberfälle vor allem in urbanen Zentren zum Tagesgeschäft.

²¹⁹ „Durante el año 2004, con respecto al fenómeno lamentable del desplazamiento forzado, la Oficina ha observado situaciones mixtas. En el contexto nacional el número de nuevos casos de desplazamiento forzado ha disminuido, mientras la cifra global de desplazados ha aumentado, hasta alcanzar entre 2 y 3 millones de personas que lo enfrentan, según la fuente consultada.“ (Veröffentlichung der *Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos en Colombia* zu intern Vertriebenen, letzter Zugriff: 10.11.2004, S. 1)

Zur Lage der Menschenrechte in Kolumbien siehe den Jahresbericht 2004 von *amnesty international*, Bonn (Sektion der Bundesrepublik Deutschland e.V.) 2004 oder unter <http://www2.amnesty.de/internet/deall.nsf/c1070c04ee5add56c12567df002695be/6d650df825018807c1256e990030c7be?OpenDocument>, eingesehen am 30.11.2004.

anderen wegen eines Mangels an Bewusstsein für die eigene filmische Kulturproduktion. Ausländische Filme haben nicht nur durch die sie begünstigende Distributionsstruktur, sondern auch durch die Präferenzen des Publikums große Vorteile. Diese Präferenzen, Ergebnis des langjährigen Kulturimperialismus der USA nicht nur im Bereich Film, zeigt eine in 2000 durchgeführte Meinungsumfrage deutlich.²²⁰ Eine emotionale Wertschätzung des eigenen Landes scheint im Filmbereich nur bei wenigen zu existieren. Die dem nationalen Kino vorgeworfenen Mängel sind an erster Stelle die schlechte Qualität der Produktionen und die geringe technische Ausstattung der Filme. Weiterhin wird bemängelt, dass die Filme eine traditionelle Erzählweise nutzen und zu wenig Neues bringen. Die Befragten geben zudem an, dass die Filme zu wenig beworben werden und daher nicht bekannt werden. Thematisch missfällt 41 % der Befragten, dass in den Filmen vorwiegend die unteren Schichten gezeigt werden. Sie geben an, dass sie ins Kino gehen, um unterhalten zu werden und nicht um über ihre alltäglichen Probleme zu sinnieren. Dementsprechend haben sie wenig Interesse an Filmen, die sich den nationalen Problematiken wie Gewalt, Guerilla oder Paramilitärs stellen, wie es unter anderem *Rodrigo D.: No futuro* (Víctor Gaviria, 1990), *Edipo Alcalde* (Jorge Ali Triana, 1996), *Soplo de Vida* (Luis Ospina, 1999) oder *Kalibre 35* (Raúl García, 1999) tun. Bis auf wenige Ausnahmen, wie die unterhaltsamen Filme von Sergio Cabrera, kann sich kolumbianisches Kino an den heimatischen Kassen nicht bewähren: Die Zuschauer haben keine Lust auf nationales Kino mit nationalen Themen und bevorzugen technisch perfekte Unterhaltung. Nach den wichtigsten Gründen für das schlechte Abschneiden von kolumbianischen Filmen gefragt, geben 29 % der Befragten an, dass die Bevölkerung kein Selbstbewusstsein für die filmische Eigenproduktion hat (*la gente está acostumbrada a NO creer en lo nuestro*). 23 % sehen das Problem vor allem in den unbeliebten Thematiken wie Gewalt und Armut und 18 % geben an, dass das kolumbianische Kino im internationalen Vergleich nicht bestehen kann.

So kommt es dazu, dass jedes Mal, wenn ein neuer Spielfilm auf den Markt kommt, der erfolgreich zu sein scheint, die Geburt des kolumbianischen Kinos neu ausgerufen wird, wie in Zeitungspublikationen zum Film zu bemerken ist.

3.3.4 Filmindustrie?²²¹

“En Colombia no hay cine, hay películas.” Luis Ospina (kolumbianischer Regisseur)

Die Zusammenarbeit mit internationalen Filmgesellschaften, ob Fernsehsendern, Produktionsfirmen oder Verleihern, macht kolumbianischen Filmschaffenden deutlich, dass es nicht mehr reicht, mit vorhandenen Mitteln „irgendwie“ einen Film zu machen. Die Filmqualität muss internationalen Standards entsprechen; eine analoge Videoproduktion ist für internationale Kinos nicht akzeptabel. Ist der Film auf DV gedreht, muss er in den meisten Fällen kostspielig auf 35 mm übersetzt werden. Zwar gibt es einige Kinoketten, die inzwischen mit vergleichbarer oder sogar besserer Qualität auf DVD vorführen, doch ist die

²²⁰ Napoleón, Franco, *Percepción de los Colombianos frente al Cine de producción nacional. Informe preparado para el Ministerio de Cultura de Colombia*, Bogotá (FLASH REPORT) Juni 2000.

²²¹ Siehe zu diesem Teilkapitel die Veröffentlichungen des kolumbianischen Kultusministeriums und der OEI (*Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura*), publiziert vom Kultusministerium im CD-ROM-Format als “Informe del Sistema Nacional de Cultura – Colombia” und virtuell unter www.oei.es sowie Lino Jaramillo G., Mauricio Reina E., Luis Alberto Zuleta J., *Impacto del Sector Cinematográfico sobre la Economía Colombiana: Situación Actual y Perspectivas*, Bogotá (Fedesarrollo) 2000.

komplette Umstellung auf DVD noch im Anfangsstadium. Der Film muss zudem von einem Paket an Waren und Werbematerialien begleitet sein. Filmposter, Material zum Verteilen wie Postkarten, Pressehefte und die spätere Vermarktung im Fernseh- und Videobereich sind unabdinglich.²²² Dazu gehört auch die gezielte Bewerbung in den verschiedenen Medien durch z.B. einen Internetauftritt, die Vorführung von Trailern im öffentlichen Fernsehen und die Untertitelung in verschiedenen Sprachen. Die Folge ist unweigerlich eine Erhöhung der Produktionskosten. Ein kolumbianischer Spielfilm kostet durchschnittlich zwischen 300.000 und 500.000 US-Dollar, was im internationalen Independentfilm-Vergleich ein Minimalstbudget darstellt (*Proimagenes* 2002: 20).

Die Filmindustrie in Kolumbien leidet (wie die meisten kleinen Filmländer) unter ihrer fehlenden kinematografischen Infrastruktur. Das heißt der mangelnden Größe des heimischen und binnenmarktlichen Absatzmarktes, der ungenügenden Verhandlungsposition der Filmproduzenten im internationalen Kontext, den defizitären Vertriebsstrukturen, den fehlenden staatlichen Schutzmechanismen der Kulturproduktion sowie der technischen und ästhetischen Qualität der produzierten Filme. Der Kinosektor stellt einen kleinen Teil der Filmaktivitäten dar, welche von TV-Produktionen (Serien, Telenovelas und TV-Spielfilmen) und Werbung bestimmt werden. Das persönliche Risiko der Filmschaffenden im Kinosektor ist in Kolumbien bedeutend größer als in den USA, da Filmschaffende nicht in große Produktionsfirmen oder Studios eingebunden sind und Verluste selbst tragen müssen. Produktionsfirmen sind oft temporäre Zusammenschlüsse für einzelne Filmprojekte und nicht etablierte Firmen mit vielen Produktionen. Dies erschwert die Etablierung dauerhafter Netzwerke oder *cluster* und schwächt die Verhandlungsposition kolumbianischer Produzenten.

Ein kurzer Blick auf die Zahlen verdeutlicht die traurige Situation des Kinosektors. Im Gegensatz zum Fernsehmarkt, auf welchem Kolumbien erfolgreicher Exporteur von Telenovelas ist, sind die Einnahmen aus der internationalen Verwertung von Kinofilmen minimal.²²³ Circa 6600 Menschen sind im Kinosektor in 1993 beschäftigt, 5000 in 1994, 3000 in 1995 und zwischen 2400 und 2700 zwischen 1996 und 1999 (Alvarez 1999). Die wenigsten davon sind Filmschaffende, d.h. SchauspielerInnen, RegisseurInnen oder FilmtechnikerInnen: 80 - 90 % der Angestellten arbeiten in Kinos als KassiererIn, VorführerIn oder Ähnliches. Im Bereich Produktion und Distribution sind es noch weniger. Und im Gegensatz zu den Angestellten der Kinos ist die Arbeit als Filmschaffende/r nicht regelmäßig, sondern zeitlich auf ein Projekt begrenzt. Die heimische Produktion ist verschwindend, weitaus geringer als in Mexiko und auf Kuba. Die Veröffentlichungen des Kultusministeriums und der OEI benennen die kolumbianische Gesamtproduktion von Spielfilmen mit 172 bei einer jährlichen Durchschnittsproduktion von 9 Filmen zwischen 1981 und 1985, lediglich 1,5 zwischen 1991 und 1995 und 4 zwischen 1996 und 2002. Von 2003 bis 2005 steigt sie auf 7 Filme jährlich. Die Kinoumsätze machen in 1993 lediglich 0,04 % des BIP aus, während es 1999 nur 0,02 % sind (im Vergleich zu zwischen 2 bis 3 % in den USA).

Die Situation der Verleihe ist ähnlich der auf dem gesamten Globus. Die vier größten internationalen Verleihfirmen (Buena Vista, UIP, Fox und Warner) distribuieren in Kolumbien

²²² Raubkopien mit minimaler Qualität stellen ein ernsthaftes Problem in Kolumbien dar. Noch im Kino laufende Filme sind in kürzester Zeit an jeder Straßenecke für wenig Geld auf CD bzw. DVD erhältlich.

²²³ 1997 wurden Rechte an Kinofilmen im Wert von 200.000 US-Dollar auf dem lateinamerikanischen Binnenmarkt verkauft, während für 15 Millionen US-Dollar Rechte eingekauft wurden (Jaramillo et al 2000: 47).

durchschnittlich 96 % aller im Kino laufenden Filme und die vier größten Vorführhäuser (Cine Colombia, Procinál, Royal Films und Representaciones Londoño) besitzen mehr als 55 % der Kinosäle. Nur zwischen 0,5 - 2 % der Filme sind nationaler Abstammung. Laut SINIC²²⁴ schätzen die Kinobesitzer die Jahresbesucherzahl von 1999 auf 16 Millionen, was deutlich unter dem Jahresdurchschnitt von 22,9 Millionen der Jahre 1992 bis 1997 und von 66 Millionen in 1983 liegt. Von 2000 bis 2003 liegen sie laut ACDPC lediglich zwischen 12,8 und 14,5 Millionen Zuschauern, wobei hierin die Zuschauer der wenigen Filme, welche nicht von UIP oder Cine Colombia verliehen werden, nicht berücksichtigt sind.²²⁵ Von *Proimagenes* wird die Gesamtzahl der Zuschauer pro Jahr bis 2002 daher wesentlich höher auf zwischen 17,2 und 18,3 Millionen Zuschauer geschätzt:



Abbildung 45: Zuschauerzahlen Kolumbien. Quelle: Berechnungen von *Proimagenes* und Cine Colombia (<http://www.proimagenescolombia.com/cifrasexhibi.htm>, letzter Zugriff: 07.12.2004)

Der drastische Rückgang der Zuschauer kann auf die Freigabe der Eintrittspreise in 1988, auf die reduzierte Kaufkraft der Bevölkerung und Ansprache anderer Kundensegmente durch die Umstrukturierung der Kinos von kleinen Sälen in Multiplexe zurückgeführt werden. Über 40 % der Kinos sind heute in der Hauptstadt angesiedelt, zumeist in Komplexen mit mehr als drei Vorführsälen. Weitere 10 % der Kinos finden sich in Medellín, 8 % in Cali und 7 % in Barranquilla (Jaramillo et al 2000: 45). Neben diesen überdimensionalen Ballungszentren gibt es in nur 5 % der Gemeinden Kinos (ebda).

Exkurs: Nennenswerte staatliche und staatlich initiierte Organisationen der kolumbianischen Filmindustrie

- Die Abteilung *Dirección de Cinematografía* des Kultusministeriums, welche der CACI angehört und Mitglied bei Ibermedia ist. Sie ist verantwortlich für die Konzeption und Durchführung von politischen Plänen und Programmen zur Förderung der kolumbianischen Kinematographie. Dieser Institution untersteht seit 2003 der CNACC (Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía) sowie die regionalen Räte (Consejos Departamentales y Distritales de Cinematografía).²²⁶ CNACC vergibt seine Gelder durch *Proimagenes en Movimiento Colombia* und arbeitet auch politisch mit *Proimagenes* zusammen.

²²⁴ Sistema Nacional de Cultura – Colombia.

²²⁵ Ein Beispiel dafür ist *El Carro* (Luis Orjela 2003), welcher laut IMDB in 2004 immerhin fast 450.000 Zuschauer verzeichnen kann. (<http://www.imdb.com/title/tt0387913/business>, letzter Zugriff: 07.12.2004)

²²⁶ Siehe <http://www.mincultura.gov.co/cinematografia/cinematografia.htm> (letzter Zugriff: 14.02.2006).

- Das staatliche Filminstitut FOCINE (*Fomento Cinematográfico de Colombia*) in der Periode seiner Existenz von 1978 bis 1992 (eine Darstellung der Aktivitäten findet sich im Anhang) und sein Nachfolger, die Stiftung *Proimagenes en Movimiento Colombia*. Proimagenes wird 1997 gegründet und ist eine private Organisation, welche die Filmindustrie anregen, unterstützen und ergänzen soll. Ihr Programm liest sich wie eine politische Agenda voller Absichtserklärungen:

“Esta entidad, que se rige por el derecho privado, ha procurado buscar, unir y solidificar los miembros del gremio de cineastas consiguiendo un escenario privilegiado para que el sector concerte políticas y articule reglas del juego que faciliten el impulso de la industria cinematográfica. Hemos alcanzado una producción industrial mínima de películas cinematográficas, cortos y documentales que alimenten el mercado nacional y con alto potencial de exportación.” (http://www.proimagenescolombia.com/quienes_somos.htm, letzter Zugriff: 30.11.2005)

Dass es sich nicht nur um Phrasen handelt, zeigen die ersten Ergebnisse des Kultusministeriums und *Proimagenes*. Ziel der gemeinnützigen Organisation ist unter anderem die Verbesserung der komplexen Gesetzeslage, welche keine für Kino spezifischen Regelungen vorweist, sondern sich mit kulturellen Angelegenheiten allgemein befasst. Auf ihre Bemühungen hin hat sich die Rolle des Staates im Filmbereich seit 2000 positiv verändert. Es werden Versuche in Richtung der Vereinigung von Kunstfilmen und kommerziellem Kino unternommen, die eine wettbewerbsfähige Film- und Fernsehindustrie begünstigen. Dem Gesetz über Kultur (397) von 1997 folgen das Dekret 358 von 2000, welches die Definition eines Kulturgutes und die notwendigen Maßnahmen zu ihrem Erhalt regelt, sowie das Gesetz 814 von 2003, in dem zum ersten Mal von einer zu schützenden nationalen Kinematografie die Rede ist.²²⁷ Das sogenannte *ley del cine* fasst bisherige Gesetzestexte zusammen und strukturiert die *Dirección de Cinematografía* des Kultusministeriums neu.²²⁸ Die Mitglieder von Proimagenes sind neben anderen der Kulturminister, Lehrende der Filmhochschulen, Bürokraten der Filmothek (FPFC), Regisseure, aber auch ein Repräsentant von Kodak, den Filmverleihen und ein Beamter der Steuer- und Zollstelle DIAN.²²⁹ Damit gelingt es der Proimagenes, alle Beteiligten an einen Tisch zu bringen. Konkrete Ergebnisse der Bemühungen von Proimagenes sind ebenfalls in den Service-Leistungen, welche sie der kolumbianischen Filmindustrie zur Verfügung stellen. Dazu gehört die Möglichkeit der Anmietung von Schnittplätzen zur Postproduktion, die Veröffentlichung von Statistiken zu Verleih, Zuschauerzahlen und Vorführorten, die Veröffentlichung von hauseigenen Studien, welche die Situation der Kinoindustrie in Kolumbien und auf dem internationalen Markt untersuchen, sowie die Förderung von Filmfestivals und Filmveranstaltungen. Proimagenes hilft einzelnen Filmemachern und Produzenten bei der Distribution und internationalen Vermarktung ihrer Filme, selbst wenn es nur durchschnittlich vier pro Jahr sind und sich diese Hilfe zum Teil auf den Verkauf einzelner Filme an Privatleute beschränkt. Zusätzlich dient Proimagenes als Informationsstelle mit Daten zu Regisseuren, Produzenten und technischem Personal.

- Das öffentliche Filmarchiv FPFC (*Fundación Patrimonio Fílmico*). Gegründet 1986, ist das Archiv nach eigenen Aussagen Ergebnis der Bemühungen von FOCINE, eine Stelle zu schaffen, die sich mit der Archivierung und Konservierung von Filmmaterial befasst.²³⁰ Insgesamt 190.000 sogenannte „unidades de cine“, der älteste von 1915,

²²⁷ “La Ley 814 de 2003, en los considerados define que, ‘el concepto de cinematografía nacional para efectos de esta ley es el conjunto de acciones públicas y privadas que se interrelacionan para gestar el desarrollo artístico e industrial de la creación y producción audiovisual y de cine nacionales y arraigar esta producción en el querer nacional, a la vez apoyando su mayor realización, conservándolas, preservándolas y divulgándolas’.” (<http://www.patrimoniofilmico.org.co/proyec/>, letzter Zugriff: 02.12.2004)

²²⁸ Zu einer ausführlichen Auflistung der Vielzahl der Gesetze und Dekrete bis 2000 siehe Gonzalo Castellanos Valenzuela, *Sistema legal de la industria cinematográfica en Colombia 2000*, Bogotá (UN) 2000. Das 263-seitige Werk ist eine Sammlung der relevanten Gesetzestexte, welche von der Erläuterung dieser Texte profitieren würde und für Nichtjuristen schwer verständlich ist. Für eine Auflistung von Gesetzestexten nach 2000 siehe die Veröffentlichungen des Kultusministeriums unter <http://www.mincultura.gov.co/cinematografia/leyCine.htm> (letzter Zugriff: 2.02.2006). Dem Kinogesetz folgen weitere neue Bestimmungen in 2004, zu finden unter ebd.

²²⁹ *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Dem Beamten der DIAN kommt insofern eine wichtige Rolle zu, als Gesetzesvorschläge Mittel zur Filmförderung durch eine Veränderung der Besteuerung der Kinoeintrittskarten bewirken sollen.

²³⁰ Interview mit dem Direktor von FPFC, Dr. Rito Alberto Torres, am 22.12.2001.

finden sich hier bereits. Das Archiv im Zentrum der Hauptstadt umfasst zudem eine Sammlung an Zeitungsartikeln, Zeitschriften, Filmplakaten, Photos, Verträgen und Drehbüchern. Ebenfalls präsent sind historische Filmgeräte und eine Bücherei mit Publikationen über nationale Filme und die Filmindustrie. Es gibt die Möglichkeit, sich Filme verschiedener Formate vor Ort anzusehen und gegebenenfalls Kopien erstellen zu lassen. Das FPFC organisiert Ausstellungen und unterstützt das bogotánische Filmfestival. Seit 2001 ist ein Mitglied des Kultusministeriums im Aufsichtsrat der Organisation und stellt den direkten Bezug zu dem ihr übergeordneten Ministerium her.

- Die hauptstädtische *Cinemateca Distrital*, welche dem *Instituto Distrital de Cultura y Turismo* untersteht. Sie ist ein Vorführrort und Portal für nationale Produktionen und Retrospektiven.

- Als Zulieferer der Filmindustrie die staatlichen Filmhochschulen. Zu ihnen gehören in der Hauptstadt der Lehrstuhl für „Kino und Fernsehen“ an der *Universidad Nacional de Colombia*, die Abteilung „Kino und Photographie“ der *Corporación de Educación Superior Unitec*, „Kino, Film und Video“ an der CUN (*Corporación Unificada Nacional de Educación Superior*) und die Akademie *Escuela de Cine Black Maria* sowie Hochschulen in Cali und Medellín.

Eine Darstellung der Berufsgenossenschaften und -vereinigungen wie der ACDP (*Asociación Colombiana de Distribuidores de Películas Cinematográficas*) und der CV Colombia (*Asociación de Productores y Directores de Cine y Video Colombia*) findet sich im Anhang.

3.4 „Film ist Kunst“ im realen Sozialismus

3.4.1 Die anderen Medien²³¹

Kubas Medien sind laut der Verfassung von 1976 (Kapitel VI Artikel 52) und der von 1992 Staatseigentum.²³² Ihre Infrastruktur, vor allem die des Hörfunks, ist auf die ganze Insel ausgeweitet und Presseinformationen sind der gesamten Bevölkerung zugänglich. Annette Massmanns Studie *Kuba. Globalisierung, Medien, Macht* sieht das heutige kubanische Mediensystem als paradoxes Gebilde. Es sei nicht nur autoritär und geschlossen, sondern entwickelt, nach außen offen sowie dennoch nach innen geschlossen. Die Medien wirken, so Massmanns Studie, systemunterstützend und -stabilisierend. Sie werden von der Regierung zur effektiven und professionellen Außendarstellung genutzt. Dies bedeutet, dass das kubanische Mediensystem ebenso für die bestehenden Eliten beziehungsweise Machtverhältnisse arbeitet wie das in Kolumbien und Mexiko. Massmanns Darstellung nach trifft die traditionelle Klassifizierung der Mediensysteme nicht mehr zu: Das Entwicklungsland Kuba verfüge über ein weitgehend entwickeltes, wenn auch nicht liberalisiertes Mediensystem. Während die kontrollierten Medien auf der einen Seite das System unterstützen, lässt sich Massmanns These der Stabilisierung meiner Meinung nach nicht auf die nahe Zukunft projizieren. Die ehemalige Geschlossenheit der Informationssysteme und das staatliche Informationsmonopol sind seit Beginn des Massentourismus und der Verbreitung des Internets und anderer digitaler Medien nicht mehr aufrechtzuerhalten. Im Kinobereich ist eine Abschottung der Filmschaffenden weder durch die notwendigen internationalen Koproduktionen noch durch den internationalen künstlerischen Austausch auf den Filmhochschulen und während des Filmfestivals möglich.

²³¹ Siehe Massmann 2003.

²³² Übersetzter Auszug der Verfassung von 1992: „Das Recht der Bürger auf Redefreiheit und Pressefreiheit wird in Übereinstimmung mit den Zielen der sozialistischen Gesellschaft anerkannt. [...] die Presse, das Radio, das Fernsehen, das Kino und andere Medien massiver Verbreitung [sind] staatlichen oder sozialen Eigentums und können unter keinen Umständen Objekt privaten Eigentums sein, was ihren exklusiven Nutzen im Dienst für das arbeitende Volk und die Interessen der Gesellschaft sichert.“ (zitiert nach <http://www.lateinamerikanachrichten.de/?/artikel/611.html>, letzter Zugriff: 20.02.2006)

Der Kinobereich wird ganz vom ICAIC (*Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos*) dominiert (siehe 3.4.4). Geleitet vom *Instituto Cubano de Radio y Televisión* (ICRT) agieren im Fernsbereich vier überregionale Fernsehsender, *Cubavisión* (TVC), *Tele Rebelde* sowie *Canal Educativo I* und *II*, die reine Kultur- und Bildungssender sind; zudem circa 15 regionale Sender mit beschränkten Sendezeiten.²³³ Die Fernsehausstrahlung muss wegen Stromsperren zum Teil jedoch tagelang unterbrochen werden. Eine Auslandsversion von *Cubavisión* ist seit 2005 über Satelliten in Europa zu empfangen und der Satellitensender *teleSur* sendet sein Programm mit kubanischer Beteiligung lateinamerikaweit. Die landesweite Versorgung der Haushalte mit mehr oder weniger modernen Fernsehgeräten liegt bei fast 100 %, Gleiches gilt für Radioempfänger. Unter den 164 Radiostationen sind 7 nationale Sender mit unterschiedlichen Programminhalten. Neben reinen Musik- oder Bildungssendern gibt es den erfolgreichen Kanal *Radio Reloj* mit gefilterten Tickermeldungen aller internationalen und nationalen Nachrichtenagenturen. Ausländische Sender (mit Ausnahme einiger Störungen des US-amerikanischen Exil- und Propagandasenders *Radio Martí* sowie Washingtoner *Ventana A Cuba*) können empfangen werden.

Die Presseorgane unterstehen der Leitung der kommunistischen Partei (PCC). Mit der Krise ab 1990 ist die Arbeit der Presse wegen auftretender Materialmängel (unter anderem Papiermangel) schwierig und viele Publikationen werden unregelmäßig, eingeschränkt oder komplett eingestellt. Die wichtigste Tageszeitung ist das Zentralorgan der PCC *Granma*, dann das der kommunistischen Jugend (UJC) *Juventud Rebelde* sowie die Zeitung des Gewerkschaftsverbandes (CTC), genannt *Trabajadores*, und die Wochenzeitung *Bohemia*.²³⁴ Legal freiberuflich arbeitende JournalistInnen gibt es seit 1968 nicht mehr und unabhängiger Journalismus wird gesetzlich verfolgt. Die Verbreitung oder Weiterleitung von Informationen bezüglich der Lage auf Kuba kann mit bis zu 20 Jahren Gefängnis bestraft werden, wenn sie den USA und ihrem Embargo nützlich sein könnte.²³⁵ Dementsprechend gibt es keine unabhängige Presse. Es gibt wenige alternative und liberale Medien unter dem Dach der katholischen Kirche. Obwohl offiziell illegal, werden sie staatlich geduldet, da gesellschaftliche und politische Themen größtenteils ausgespart werden. Laut *reporters sans frontiers* (2003) liegt Kuba in der Bewertung der Pressefreiheit auf dem vorletzten Platz (165) vor Nordkorea.

Der Zugang zum Internet ist ausländischen Touristen, Firmen und öffentlichen Institutionen möglich, private Anschlüsse sind die Ausnahme. Weiterhin kann das Internet beschränkt in Schulen und Postämtern genutzt werden. Die Ausstattung aller Schulen mit Computern und die Internet-Nutzung in vielen kubanischen Betrieben führen seit dem Jahr 2000 zu einem stetig ansteigenden internationalen Kommunikationsverkehr besonders über E-Mail. Der Datenaustausch ist jedoch gefiltert und der Zugriff auf bestimmte Seiten erschwert, auch für Touristen, welche in großen Hotels auf das WWW zugreifen können. Die Nutzung von digitalen Medien als Kommunikationsmitteln, unter anderem für die Tourismusbranche sowie zur kontrollierten Verbreitung von Bildungsinhalten, ist für das

²³³ Die kubanischen Radio- und Fernsehsender können im Internet unter <http://www.digiradio.ch/radiocuba/> live gehört und gesehen werden (letzter Zugriff: 8.03.2006).

²³⁴ Die Wochenzeitung *Bohemia* ist ebenfalls erwähnenswert. Alle genannten Zeitungen haben einen aktuellen Internetauftritt.

²³⁵ „Journalists were often threatened with imprisonment under Law 88. Passed in February 1999, this law established punishments of up to 20 years in prison for ‘providing information’ that could be useful to US policy.“ (*Cuba Annual Report 2003*. Reporters sans Frontiers, http://www.rsf.org/article.php3?id_article=6194, letzter Zugriff: 27.01.2006)

Regime ein Balanceakt zwischen kommerziell-bildungsrelevanten Vorteilen und der Gefährdung der Informationshoheit des Staates. Das Kultusministerium verfügt über ein CUBARTE genanntes Netz (zu sehen unter <http://www.cubarte.cult.cu/>), welches als Informationsstelle für kubanische Kultur dient. Gleichfalls soll es laut eigenen Aussagen den Informationsfluss kubanischer Institutionen und Künstler untereinander und mit der ganzen Welt erleichtern. Da die dort ausgetauschten Daten über den Server des Kultusministeriums laufen, sind sie als Nebeneffekt von Regierungsseite leichter zu kontrollieren. Das Bildungs- wie Mediensystem lässt Künstlern (Filmschaffenden wie TänzerInnen, SchriftstellerInnen und MalerInnen usw.) eingeschränkte Möglichkeit zur Entwicklung, welche mit der Ausweitung der ausländischen Kontakte der Insel erweitert werden.

Erdbeer und Schokolade ist komplett im staatlichen Medienbetrieb entstanden. Tomás Gutierrez Alea wird als angesehener Regisseur der Revolution durch das ihm entgegengebrachte Vertrauen nicht offen zensiert. Es ist anzunehmen, dass eine Selbstzensur stattgefunden hat. Im System groß geworden, kennt er die Möglichkeiten des Ausdrucks und was wie erzählt werden darf. Der Erfolg des Filmes basiert meiner Meinung nach neben der Erzählweise auf dem gelungenen Balanceakt zwischen der ernst gemeinten Systemunterstützung in der Verteidigung seiner Ideale und der Systemkritik.

3.4.2 Filmpolitik im Regime²³⁶

Die politische Situation auf Kuba ist seit der Revolution Anfang 1959 gefestigt. Bestimmt ist sie durch die zentrale Lenkung von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft durch den Einparteiensstaat und dessen Vorsitzenden Dr. Fidel Castro Ruz bis zu seinem krankheitsbedingten vorläufigen Machtantritt an seinen Bruder Raúl am 31.07.06. Krisen wie die Invasion der Schweinebucht und andere Versuche seitens der USA können das Castro-Regime nicht stürzen. Die sozialistische Republik ist etabliert und wird mit und durch „den Bärtigen“, wie der Staats- und Regierungschef umgangssprachlich genannt wird, aufrechterhalten. Eine schwerwiegende politische Veränderung ergibt sich aus dem Fall der Mauer 1989 und dem darauffolgenden Zusammenbruch des Ostblocks. Diese Ereignisse kosten Kuba seine politischen Verhandlungspartner, untergraben die Basis seines politischen Systems und machen eine langfristige Zukunft über den Tod von Castro hinaus fraglich. Die Herrschaft der Kommunistischen Partei Kubas (PCC) und des Vorsitzenden (*Primer Secretario del Partido Comunista de Cuba*) Castro wird formell unterstützt durch das Parlament bzw. die Volksversammlung (*Asamblea Nacional del Poder Popular*) mit 601 Mitgliedern. Zusätzlich gibt es einen Staatsrat mit 31 Mitgliedern und einen Ministerrat mit 36 Mitgliedern. Eine Gewaltentrennung ist nur eingeschränkt gegeben und die Rechtssprechung nicht unabhängig.

Die Beziehungen zum restlichen Lateinamerika und den anderen karibischen Staaten haben sich seit 1990 gewendet, da Kuba nun interessiert ist, die diplomatischen Beziehungen zu seinen Nachbarn zu restaurieren. Kuba beteiligt sich zudem informell an regionalen Integrationsansätzen und ist unter anderem Mitglied der CACI. Auch der kulturelle Austausch von kubanischen Künstlern und Gruppen ins europäische Ausland, unter anderem nach Deutschland, wird wieder intensiviert. Private wie öffentliche Initiativen exportieren kommerziell erfolgreich vorwiegend kubanische Musik- und Tanzgruppen. Der

²³⁶ Falls nicht anders angegeben, siehe dazu Schumann 2000: 123-135, Schumann 1982, Chanan 2004, Franzbach 2001 und die Länderinformationen des Auswärtigen Amtes.

akademische Austausch wird durch ausländische wissenschaftliche Studienbeihilfen aufrechterhalten. Je nach politischer Tagesstimmung werden Initiativen, wie das Stipendienprogramm des Goethe-Instituts und des DAAD in 2004, jedoch zurückgewiesen. Die Beziehungen sind von ausländischer wie von kubanischer Seite wechselnd und abhängig vom aktuellen politischen Klima. Sanktionen, zum Beispiel auf die Verschlechterung der Menschenrechtslage in Kuba, haben zur Folge, dass angestrebte Kulturabkommen verzögert oder aufgehoben werden.

In der Außenpolitik ist das Verhältnis zu den USA, in vielen Filmen thematisiert, weiter bestimmend. Das seit 1962 bestehende US-Embargo wird vielfach diskutiert und stößt auch in den USA inzwischen vielfach auf Kritik. Dem offiziellen Reiseverbot zum Trotz sind US-Amerikaner weiterhin eine der größten Besuchergruppen der Insel, und Geldüberweisungen von Exilkubanern aus den USA sind eine der Haupteinnahmequellen der Insel. Das Embargo dient Castro zur Profilierung gegen den Staatsfeind und als Rechtfertigung ökonomischer Missstände und politischer Repressionen. Präsident George W. Bush und seine Regierung führen die bisherige Politik des Embargos dennoch weiter. Im Mai 2004 werden weitere Maßnahmen entschieden, welche die Überweisungsmöglichkeiten der Exilkubaner an Familienmitglieder auf der Insel einschränken und ihr Besuchsrecht um zwei Drittel auf einen Dreijahresrhythmus reduzieren. Castros Reaktion darauf ist ein kurzfristiges Schließen der Dollargeschäfte und eine Preiserhöhung in diesen Geschäften, welche die verminderten Deviseneinnahmen ausgleichen soll. Langfristig ersetzt Castro nun den Dollar durch andere Devisen wie den Euro sowie den konvertiblen Peso.

„Kubanisten“ beschäftigen sich seit Jahren mit den Szenarien für ein Kuba nach Castros Tod, der als einzige Möglichkeit der Beendigung der jetzigen Zustände gesehen wird: Kubanische Witze sagen dem rüstigen Endsiebziger ewiges Leben nach. Die politische Situation ist Thema in kubanischen Spielfilmen, direkte oder indirekte Verweise auf Castro sind jedoch, vermutlich aufgrund der Zensur und der Selbstzensur, selten.

Die offizielle Filmpolitik ist schwierig zu bewerten, da Informationsquellen nicht immer einschätzbar sind und jegliche Art politischer Aktivität unter strenger Kontrolle steht. Kino wird von der Revolutionsregierung als nützliches Mittel der Propaganda und Volkserziehung erkannt und genutzt. Es wird von der Revolution als Kunst gefördert. Die Überzeugung des Bildungs- (1959-1965) und Kultusministers (1976-1997) Armando Hart Dávalos schlägt sich im Bereich Kino durch massive Staatseinmischung nieder:

la revolución que se necesita – la única posible – es la que se fundamenta en la cultura. No hay posibilidad de revolución sin un fundamento en la cultura. Si los políticos se dieran cuenta de la fuerza que tiene la cultura, harían cultura por política. (Interview mit Hart Dávalos vom 29.05.2003 in der Zeitschrift *rebellión cultura*, S. 12)

Öffentliche Debatten, Castros Reden und Absichtserklärungen von Parteimitgliedern zum Thema Kultur sind zahlreich. Ihre politisierende Sprache weiß es, Inhalte geschickt zu verbergen und zu umgehen. In der ersten Phase der Filmpolitik, den Anfängen und den 1960er Jahren, werden Wegweiser gestellt und mögliche Vorgehensweisen festgelegt. Zwei hervorstechende Sätze der Anfänge bestimmen die Filmpolitik Kubas. Der Satz „Das Kino ist Kunst“ aus dem Filmgesetz vom 20. März 1959 (Schumann 1982: 22) prägt die zukünftige Filmpolitik nicht weniger als die Einsicht über die Macht der Bilder. Das im gleichen Jahr neu eingerichtete staatliche Filminstitut übernimmt per Gesetz alle Vorführorte, Studios und fast die gesamte Produktion. Gegründet und geleitet wird es von Intellektuellen und Regisseuren,

wobei die Regisseure die wichtigsten Aufgaben – auch die der Zensur – übernehmen. Die politische Zensur²³⁷ ist streng und wird ohne formelle Gesetzesgrundlagen praktiziert. Am Bezeichnendsten ist der bekannte Ausspruch Castros vom Juni 1961: „Dentro de la revolución todo, contra la revolución nada.“ („Mit/In der Revolution alles, gegen die Revolution nichts“, Castro 1961: 11). In der Folge werden sogenannte konterrevolutionäre Filme zensiert und das Verbot mit diesem Dogma begründet. Das erste Verbot betrifft *P.M.* (1961) von Saba Cabrera Infante, eine privat finanzierte kurze Dokumentation über Havannas billiges Nachtleben. Die Bilder der Betrunkenen und anscheinend ‚Ideologielosen‘ sind offiziell unvereinbar mit dem politischen Kampf und der ideologischen Einigkeit, welche Kuba kurz vor der US-amerikanischen Invasion braucht. Das Verbot teilt Intellektuelle entzwei in vorwiegend künstlerisch interessierte und politische Lager. Die darauffolgende öffentliche Diskussion wird durch das Einschreiten Castros beendet. Er löst die Künstlergruppe, die *P.M.* finanziert hat und sich gegen einen zwingend politischen Diskurs der Avantgarde stellt, auf und ordnet die Einrichtung des ersten Kontrollorgans UNEAC (*Unión de Escritores y Artistas de Cuba*) an. Die Kunst der Revolution hat ihre Unschuld verloren. Normen werden durch Regierungsprogramme (*informes*) wie „La lucha ideológica y la cultura artística y literaria“ oder „Documentos normativos para las Casas de Cultura“²³⁸ vage festgelegt. Ein kritisches Nachdenken über aktuelle politische Verhältnisse wird ausschließlich innerhalb des Systems toleriert, wie die Filme von Tomás Gutiérrez Alea zeigen. *Tod eines Bürokraten* (1966) oder *Erinnerungen an die Unterentwicklung* (1968) implizieren frühzeitig Kritik am System durch das Medium Film. Auch Humberto Solás’ *Lucía* (1968), der die Emanzipation der Frau mit der notwendigen Entwicklung der Gesellschaft gleichsetzt, soll Kubaner zu kritischem Denken und Veränderung anregen. Aleas Reflexionen zweifeln die grundsätzliche Daseinsberechtigung des Systems und die Möglichkeit der Verwirklichung der neuen Gesellschaft nicht an und werden daher von offizieller Seite unterstützt. Ergänzt werden seine Bilder durch vielfältige politische Aufsätze, Interviews und Vorlesungen über Kultur. Aleas Ausführungen – besonders zu nennen ist dabei sein 1982 veröffentlichter Aufsatz *Dialéctica del espectador*, in dem er seine Version des imperfekten Kinos präsentiert – und Filme werden als richtungsweisend sowie vorbildlich gesehen. Neben den erlaubten und kritischen Werken von anerkannten Regisseuren gibt es jedoch eine Vielzahl von ausgegrenzten Künstlern in allen Kunstbereichen. Auch an den Universitäten werden ab Mitte der 60er Jahre ideologische Säuberungsaktionen vorgenommen. Hinzu kommt die Gründung der in *Erdbeer und Schokolade* angesprochenen Arbeitslager, euphemistisch UMAP (*Unidades Militares de Ayuda a la Producción*) genannt. Die Menschenrechtsverletzungen werden in der lateinamerikanischen Gemeinschaft beklagt. Die kulturelle Zensur wird hingegen häufig als notwendiges Übel übersehen oder verziehen. Denn das Beispiel des frühen kubanischen Regimes zeigt anderen unterentwickelten Ländern, wie viel durch engagierte Filmschaffende erreicht werden kann. Viele lateinamerikanische Filme können durch kubanische Unterstützung – teilweise im Exil – fertiggestellt werden. Durch politische Unterstützung gehören die kubanischen Filmschulen auch heute noch zu den besten in Lateinamerika. Während Kubas Filmpolitik in den 60er und den 70er Jahren eine Vorbildfunktion hat, bringen die späten 70er Jahre eine negative Wende. Die politische Situation verhärtet sich und die experimentierfreudige

²³⁷ Siehe dazu Gliederungspunkt 3.2.4.

²³⁸ Madan, Mora (Hg.), *La lucha ideológica y la cultura artística y literaria*, [Informe central al II Congreso del Partido Comunista de Cuba], La Habana (Edición Política) 1982 und Ministerio de Cultura, Dirección de Orientación y Extensión Cultural (Hg.), *Documentos normativos para las Casas de Cultura*, La Habana (Orbe) 1980.

Aufbruchsstimmung versiegt: Das Regime und mit ihr die Filmpolitik der zweiten nachrevolutionären Phase werden zunehmend rigider.

Die Filme der späten 1970er und 1980er Jahre entsprechen der politischen Stagnation und bieten wenig Neues. Thematisch ziehen sich die Produktionen zurück in teure Kostümfilm wie Solás' *Cecilia* (1982) oder *Amada* (1983), welche durch ihren historischen Charakter politisch nicht anecken. Trotz europäischer Unterstützung und des hohen Budgets wird *Cecilia* zu einem Misserfolg, welcher Alfredo Guevara²³⁹ 1982 seinen langjährigen Posten als Leiter des ICAIC kostet. Sein Nachfolger Julio García Espinosa unterstützt kostengünstigere, aktuellere und thematisch flexiblere Filmproduktionen.²⁴⁰ Er beschränkt Dreharbeiten auf vier Wochen und Budgets auf höchstens 120.000 Pesos pro Film, um die Produktion erneut anzukurbeln.

Die 1990er Jahre bringen eine unbeständige Filmpolitik mit sich, die den Krisen der Zeit ausgesetzt ist. Zwar bleibt der Filmbereich durch eine relative Autarkie des ICAIC von menschenrechtsverletzenden Übergriffen durch das Regime weitgehend verschont. Auch hat das ICAIC Peter B. Schumann (2000) zufolge von 1961 bis zu *Alice im Wunderland* (1991) keine weiteren schwerwiegenden Zensurprobleme. Doch löst gerade das Verbot von *Alice* eine umfassende künstlerisch-politische Krise aus. Regisseure und Künstler aller Richtungen protestieren öffentlich gegen die von ihnen als ungerecht empfundene Zensur, und der Film wird mit sechs Monaten Verzögerung dann doch uraufgeführt. Hinzu kommen finanzielle Probleme:

La suspensión definitiva de la ayuda procedente de la Europa del Este, la búsqueda desesperada de un apoyo por parte de los países occidentales, el progresivo debilitamiento del centralismo económico y la adhesión dogmática al sistema de poder autoritario han conducido a una política altamente heterogénea en todos los campos, que se deja sentir de forma directa y dramática sobre la cultura. Se trata de una política arbitraria y desconcertante, como Cuba no había conocido hasta entonces. (Schumann 2000: 130)

Die 1992 verabschiedete neue Verfassung führt Direktwahlen für das Parlament ein, beinhaltet einen Artikel zur Religionsfreiheit und regelt vor allem die Besitzverhältnisse neu. Kleinere Privatunternehmen, große Mischkonzerne (mit ausländischen Firmen) und Selbstständigkeit werden ermöglicht. Die Dollareinführung in 1993 reduziert Schwarzmarktaktivitäten und eröffnet neue Investitionsmöglichkeiten für Ausländer. Die Einführung der sozialistischen Marktwirtschaft soll durch ausländische Gelder aus der nationalen Krise helfen. Im gesamten Kultursektor kommt wie im Filmbereich das Zeitgefühl der 1990er Jahre bzw. vielzitierte Motto „Esta isla se vende“ auf. Die finanzielle Misere bedeutet für das ICAIC das Gebot der Selbstfinanzierung und die drohende Möglichkeit des Stillstandes. Das staatliche Filminstitut stellt daher seine Dienstleistungen und Räumlichkeiten vermehrt zahlenden ausländischen Produktionsfirmen oder Koproduktionen zur Verfügung. Die nationale Filmproduktion hingegen bricht ein, da das ICAIC seine Rolle als Produzent kaum mehr wahrnehmen kann. Das staatliche Programm *Noticiero Latinoamericano* kann nicht fortgesetzt werden.

²³⁹ Guevara ist Mitbegründer des ICAIC. Als Guerillero kämpfte er mit Castro gegen die kubanische Diktatur vor der Revolution (Schumann 2000: 123). Guevara leitete das ICAIC von seinem Entstehen 1959 bis Anfang der 80er Jahre und von 1991 bis 2000. Er ist einer der wenigen öffentlichen Figuren und Staatsdiener Kubas, die sich zu ihrer Homosexualität bekennen und dies tun können, ohne ihre Position zu verlieren. Der aktuelle Präsident des ICAIC ist seit 2000 Omar González, Expräsident des kubanischen Buchinstituts ICL.

²⁴⁰ Chanan 2004: 401. Der politische Skandal um *Alice im Wunderland* bedeutet wiederum 1991 für García Espinosa den Verlust seiner Position, und Alfredo Guevara kommt erneut zur Leitung des Instituts.

Inmitten der Krise beginnt Alea mit *Erdbeer und Schokolade* (1993) eine neue Generation von Filmen, welche Probleme offen ansprechen und nach Lösungen suchen (dürfen), weil sie den Traum des ‚neuen Menschen‘ nicht aufgeben. Mit *Erdbeer und Schokolade* gelingt es Alea, die Steifheit des Systems und der Filmpolitik aufzubrechen und die dritte Phase der Filmpolitik einzuläuten. *Guantanamera* (Alea 1995) folgt dem Beispiel von *Erdbeer und Schokolade* mit einer Satire über den festgefahrenen Beamtenstaat. Als Castro jedoch im Februar 1998 wieder den kritischen Ton der Künste bemängelte, welcher nicht zu einer Motivierung der Bevölkerung in schwierigen Zeiten anregend sei, macht sich Unsicherheit breit. Wie 1961 und 1991 wird eine offene Repressionswelle gegen Regisseure und Filmschaffende befürchtet, die jedoch nicht in der erwarteten Heftigkeit erfolgt. Kuba befindet sich Ende der 1990er Jahre inmitten einer Übergangsphase, in der Diskussionen erlaubt sind. Neuere Filme, wie *Nada* (Juan Carlos Cremata Malberti, 2001) oder *Miel para Oshun* (Humberto Solás, 2001), thematisieren ungeschminkt das Verhältnis zu ehemals stigmatisierten Auswanderern und schildern ihre Konflikte mit ihnen sowie deren Sehnsucht nach der Heimat.

3.4.3 Die Nation der Kinogänger²⁴¹

„El público cubano interactúa con la película.“ Gerardo Chijona (kubanischer Regisseur)

Auch die gesellschaftliche Entwicklung ist bestimmt durch den politischen Wechsel seit 1959. Das Bildungswesen sowie das Gesundheitswesen sind seit der Revolution Prioritäten der Regierung und ihre Institutionen verstaatlicht (Chanan 2003: 115ff.). Kubas kostenloses Bildungssystem gehört zu den besten Lateinamerikas und liegt im Bereich der Grundausbildung weit vor anderen Ländern seiner Region (UNESCO: EFA report 2005).²⁴² Es besteht eine allgemeine Schulpflicht bis zur 9. Klasse, die Alphabetisierungsquote beträgt im Jahr 2001 nach offiziellen Angaben bereits 96,2 %. Das Bildungssystem ist dreigeteilt in Grund-, Mittel- und Oberschule. Eine weitergehende Bildung hängt neben der Begabung von der systemkonformen politischen Gesinnung der jeweiligen Familie ab.²⁴³

Kuba verfügt über ein umfassendes System zur gesellschaftlichen Kontrolle durch die Partei und die Massenorganisationen. Dazu gehören neben der PCC mit 600.000 Mitgliedern die „Komitees zur Verteidigung der Revolution“ (*Comité de Defensa de la Revolución*, CDR) mit 7,7 Millionen Mitgliedern, die Frauenvereinigung (*Federación de Mujeres Cubanas*, FMC) mit 3,6 Millionen Mitgliedern, die Gewerkschaften mit 3,0 Millionen Mitglieder sowie der Kommunistische Jugendverband (*Unión de Jovenes Comunistas*, UJC) mit weiteren 600.000 Mitgliedern (siehe Länderinformation des Auswärtigen Amtes). Bei einer Bevölkerungszahl von circa 11,2 Millionen bedeutet dies, dass jede/r erwachsene KubanerIn in mindestens zwei dieser Organisationen Mitglied ist. Die Menschenrechtslage wird von der internationalen Gemeinschaft weiterhin als bedenklich angesehen, individuelle Bürgerrechte und Freiheiten bleiben KubanerInnen unverändert vorenthalten. Repressionen finden statt, es gibt politische Gefangene und das Strafrecht ist in den 1990ern verschärft worden.

²⁴¹ Falls nicht anders angegeben, siehe dazu Schumann 2000: 123-135, Schumann 1982, Chanan 2004, Franzbach 2001 und die Länderinformationen des Auswärtigen Amtes.

²⁴² Nach dem *UNESCO-Education for All Development Index* (2005) gehört Kuba neben Kanada, Finnland und Südkorea zu den am höchsten entwickelten Ländern der Welt im Bereich der Grundausbildung.

²⁴³ Rund 6 % der Bevölkerung haben einen Hochschulabschluss.

Das kubanische Kulturleben ist dem politischen System entsprechend ideologisch geprägt, aber dennoch vielfältig und umfangreich. Dies ist besonders bemerkenswert unter Berücksichtigung der knappen Ressourcen. Film, Musik, Tanz (vor allem Ballett), die bildende Kunst und Literatur haben vielfach ein hohes und weltweit anerkanntes Niveau. Fernsehen, Presse und Literatur unterliegen einer spürbaren ideologischen Kontrolle, während Film, Tanz und Theater sowie darstellende und bildende Künste größere Freiräume in Anspruch nehmen können. Das neue Bildungssystem und die kulturelle Emanzipation von den Vereinigten Staaten haben in vielen künstlerischen Bereichen – Kino, Literatur, bildende Kunst – nach der Revolution einen Boom an Produktionen und Neuerscheinungen ausgelöst (Chanan 2003: 115ff.). Die Produktionen sind zunächst vorwiegend eingenommen von den umfassenden politischen, gesellschaftlichen und sozialen Umstrukturierungen. Viele Dokumentarfilme sollen die schnell vorangehenden Entwicklungen festhalten. Spielfilme verlieren zunächst ihre Dominanz, auch wenn allein 1959 neun Spielfilme fertiggestellt werden.

En estos primeros tiempos, todo el cine cubano se agrupaba en tres grupos: didáctico, documental y de ficción, aparte del departamento de dibujos animados, creado en 1960, al igual que el Noticiero ICAIC Latinoamericano, realizado por Santiago Alvarez. Por lo general, los cineastas, a fin de aprender el oficio, pasaban del género didáctico al documental y de ahí a la ficción. (<http://www.cubacine.cu/filmo/dec3.html>, letzter Zugriff: 20.01.2006)

Parallel dazu bringen die Besuche zahlreicher internationaler Filmpersönlichkeiten wie Roman Karmen, Chris Marker, Joris Ivens, Mijail Kalatozov, Agnes Varda oder Cesare Zavattini in dieser ersten Phase der nachrevolutionären Filmgeschichte neue Einflüsse nach Kuba.

75 % der kubanischen Bevölkerung lebt in Städten. Entsprechend sind die Kinos in den urbanen Zentren, vor allem der Hauptstadt zu finden. Der Eintrittspreis für eine Kinovorstellung ist von der Regierung reguliert und für alle erschwinglich. Durch die notorische Unterbeschäftigung ist zudem die nötige Zeit vorhanden: Kinobesuche scheinen eine Art Volkssport zu sein und Kino findet von 1959 bis 1993 die breite Unterstützung der Bevölkerung. Die reduzierte Informationsmöglichkeit durch die wenigen und staatlich kontrollierten Medien erzeugt zudem ein starkes Bedürfnis an Information aus dem Ausland in der Bevölkerung. Jede Abwechslung zu den bürokratischen Einheitsformulierungen wird begrüßt. Ausländische Filme werden als Reiseersatz mit großem Interesse gesehen.

Nach 1993 verringern sich die Zuschauerzahlen dennoch drastisch. Viele der renommiertesten Kinos, meist große Gebäude der 1950er Jahre, müssen aufgrund baulicher Mängel und Gefahren geschlossen werden. Die Zahl der Kinos ist stetig gesunken: in 2003 sind es 360 Säle, während es 1999 422 waren (Guzmán Cárdenas 2004: 39). Die mangelnde Rückinvestition in die Säle führt außerdem dazu, dass die technische Ausstattung sowie die Qualität der Kopien mangelhaft sind und viele Filme auf VHS vorgeführt werden. Im überaus erfolgreichen Jahr von *Erdbeer und Schokolade* (1993) besuchen noch 18 Millionen Zuschauer die Kinos, während es in 2000 nur noch 7,3 Millionen und 2003 lediglich 3,3 Millionen sind (Guzmán Cárdenas 2004: 40). Die Einkünfte aus Vorführungen sind von 6,7 Millionen kubanische Pesos in 1999 auf 4 Millionen in 2003 gefallen (ebd.). Meine These ist, dass das nicht am Publikum, sondern an der mangelhaften Vielfalt der Filme und dem Schließen der Kinos liegt. Kubaner lassen sich im Dezember, wenn die Programmauswahl durch das Filmfestival groß ist, weder von den häufigen Stromausfällen noch dem baulichen Zerfall der Vorführstätten von einem Besuch abhalten.

Die für Kuba notorischen langen Warteschlangen sind auch vor den Kinos zu finden. Gegen die Stromausfälle sind viele durch Taschenlampen und Kerzen gerüstet. Wie ich bei einigen Kinobesuchen selbst feststellen konnte, wird mehr oder weniger geduldig circa eine halbe Stunde auf ein eventuelles Beheben des Stromausfalls gewartet, bevor den Besuchern ein Coupon ausgehändigt oder das Eintrittsgeld zurückerstattet wird.

Die Besonderheiten des kubanischen Publikums veranlassen immer wieder zu humoristischen Beschreibungen und Vermutungen:

lo que más risa me dio fueron las pintorescas reacciones de los espectadores. El cine estaba repleto de gente que claramente entró a ver la película como una distracción más. Por ello, ante los desoladores monólogos de los protagonistas y el estatismo de algunas escenas (que lo que menos ofrecían eran humor fácil o balaceras), el público empezó a abandonar la sala en masa. El resto que se quedó eran numerosas parejas que se besaban o derechamente conversaban con la característica tendencia cubana a subir el volumen. De hecho cuando el tío Vanya perdía el control un señor exclamó a voz en cuello Está loco el calvo ese, provocando la risa de todo el cine en un momento de evidente drama. Para rematar, alguien gritó que se muera de una vez, que esto está muy aburrido. Parecía una función al mejor estilo de Cinema Paradiso. (Joel Poblete über sein Kinoerlebnis in Vanya en la Calle 42 aus „Una mirada al cine en Cuba“, veröffentlicht in der Filmzeitschrift Mabuse, <http://www.mabuse.cl/1448/article-37448.html> (17.01.2005))

Im Unterschied zu anderen Ländern, in denen die Zuschauer sich dem Kunstwerk im Dunkeln still hingeben, scheint Kino auf Kuba eine Form der Unterhaltung zu sein, die entweder zur ausdrucksvollen, hör- und sehbaren Mitarbeit anregt oder ähnlich den Autokinos der 1950er Jahre als Dunkelkammer und Kulisse für den Austausch von Intimitäten dienen kann.

Die Themenwahl der Produktionen wird durch die beständige Auswanderung beeinflusst. Mehr als 10 % der Bevölkerung haben seit 1959 das Land verlassen und weitaus mehr würden es tun, wenn sie könnten. In der Anfangsphase wurden Auswanderer als Volksverräter angeprangert. In den letzten Jahren wird das Tabu aufgehoben und die Situation der Auswanderer zu verstehen versucht, wie u.a. in *La Ola* (*Die Welle*, Enrique Álvarez, 1995), *Amor Vertical* (Arturo Sotte, 1997) oder *Kubanisch Reisen* (Juan Carlos Tabío, 2000). Nicht zuletzt, um zu zeigen, dass die Emigranten unter der Trennung von der Heimat leiden und sich der amerikanische Traum für sie nicht verwirklicht hat beziehungsweise die materielle Sicherheit die Sehnsucht nicht stillen kann. Die Auswanderung in den 1990er Jahren betrifft viele Künstler. Sie leiden unter den gleichen finanziellen und politischen Notständen wie ihre Zuschauer und Anhänger. Als Künstler werden ihnen Auslandsreisen gewährt, welche viele dazu nutzten, sich abzusetzen, wie z.B. der Schriftsteller Reinaldo Arenas oder die Sängerin Albita Rodríguez. Filmschaffende emigrieren nicht nur, weil sie mit dem System unzufrieden sind oder ökonomische Not leiden, sie tun dies auch, um ihren Beruf weiter ausüben zu können.

A cinematographer who hasn't shot a film in four or five years will go to Ecuador or the Straits of Magellan to shoot a picture, in order to be behind the camera, because that is his life. (Luis Alberto García in Chanan 2004: 484)

Die Reduktion der filmkünstlerisch Tätigen sowie der national produzierten Filme verstärkt das Unvermeidliche in kleinen Filmländern: Es treffen die gleichen SchauspielerInnen in unterschiedlichen Filmen aufeinander. So wie Nancy in *Adorables Mentiras* (1992) die gleichen Charakterzüge wie Nancy in Aleas *Erdbeer und Schokolade* (1993) aufweist, so wurde sie vom gleichen Drehbuchautor (Senel Paz) geschaffen und von der gleichen Schauspielerin (Mirta Ibarra) verkörpert. Ähnlichkeiten zu der zehn Jahre zuvor

erscheinenden Figur Lina, wieder gespielt von Mirta Ibarra, in Aleas *Hasta cierto punto* (1983) sind für die Zuschauer erkennbar. Juan Carlos Tabío sagt zudem über seine beiden Filme *Se permuta* (1984) und *¡Plaf!* (1988), in denen ebenso gleiche SchauspielerInnen auftreten, dass sie ähnliche Charaktere zeigen und dass im Grunde die gleiche Geschichte zweifach erzählt wird (Chanan 2004: 456). Dies liegt nicht nur an dem branchenüblichen *typecasting* (die Festlegung eines Schauspielers auf einen Rollentyp) oder dem Starsystem: Die Filmszene Kubas wird kleiner und bewegt sich innerhalb eines kleinen Spektrums an Möglichkeiten. Die Zuschauer kennen die SchauspielerInnen sowie ihre Rollen und bewegen sich in einem eigenen Filmuniversum.

3.4.4 Filmindustrie²⁴⁴

Die gesamte Filmindustrie liegt in den Händen des Staates. Die Informationsbeschaffung von offiziellen Daten ist für Kuba nicht einfach. Quellen sind entweder eindeutig für oder gegen das Regime und Informationen mit Propaganda vermischt. Die Beurteilung der Zuverlässigkeit der Quellen gestaltet sich besonders im wirtschaftlichen Bereich schwierig. Der kubanische Staat rechtfertigt sein Handeln nicht vor den Bürgern, staatliche Betriebe legen ihre Handlungsweise nicht offen und Publikationen mit Fakten zur Filmindustrie sind rar. Desgleichen zu bedenken sind bei der Beschreibung der kubanischen Kinoindustrie die geringe Größe des Landes und eine Bevölkerungszahl von lediglich 11,2 Millionen.

In den 1990er Jahren ist die Produzenten- und Verleiherrolle des ICAIC (*Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos*) stark eingeschränkt. Mangels entsprechender Verleihstrukturen werden das eigene und wenige internationale Filmfestivals zur wichtigsten Bühne des kubanischen Filmes.²⁴⁵ Die technische Ausstattung des ICAIC wird nicht ordnungsgemäß in Stand gehalten oder erneuert. Auch die Vorführhäuser verfallen und müssen geschlossen werden. Ebenso geht es den Filmstudios *Cubanacán*. Es erschwert die eigene Produktion auf Kuba und zwingt Filmemacher zum Filmen an Originalschauplätzen. Dies gilt sowohl für Innen- als auch für Außenaufnahmen und fordert von allen Beteiligten Flexibilität und Improvisationskunst. Straßen werden nicht von Behörden offiziell gesperrt oder können längerfristig verkabelt, mit Dollys versehen oder umdekoriert werden. 1996 kann kein nationaler Spielfilm fertiggestellt werden und 1998 ist *Das Leben, ein Pfeifen* (Fernando Pérez) der einzige Spielfilm des Jahres. Insgesamt entstehen von 1990-1999 nur 29 Spielfilme. Das ICAIC funktioniert immer mehr als Serviceanbieter. Zu den Serviceleistungen gehören Produktionspakete, welche das Leasen von Locations, einfachen Geräten und SchauspielerInnen beinhalten. Die Deviseneinnahmen des ICAIC zeigen die sich verschiebende Rolle des Instituts: 1981-1990 erwirtschaftet es 7,7 Millionen US-Dollar (Chanan 2004: 480). Davon fallen 5,9 Millionen auf Einnahmen durch eigene Produktionen (durch den Vertrieb von kubanischen Filmen im Ausland) und 1,8 Millionen auf Einnahmen durch Serviceleistungen des ICAIC an ausländische Produktionsfirmen. Bis 1993 hat sich dieses Verhältnis ausgeglichen, es werden jeweils etwas unter 500.000 US-Dollar durch Vertrieb und Serviceleistungen eingenommen. Die wirtschaftliche Krise hat Einfluss auf die künstlerische Entwicklung im Institut:

²⁴⁴ Falls nicht anders angegeben, siehe dazu Schumann 2000: 123-135, Schumann 1982, Chanan 2004, Franzbach 2001 und die Länderinformationen des Auswärtigen Amtes.

²⁴⁵ Da mit US-amerikanischen Firmen nicht zusammengearbeitet werden kann, diese aber 80 % des internationalen Marktes beherrschen, ist die Reichweite des kubanischen Kinos sehr eingeschränkt.

According to Pastor Vega, however, you have to add to the economic and social problems that make up the Special Period a certain inertia, and even apathy in the ICAIC administration, which left ICAIC at this moment at its lowest ever ebb, in terms of both production and risk taking, a sense of experiment and search. Where every film can become a problem, the polemical is of little interest. (Chanan 2004: 482)

Die Solidarität der Filmschaffenden untereinander leidet laut Chanan ebenfalls. Jeder muss um das eigene Überleben und die Ausübung seines Berufes kämpfen.

Exkurs: Nennenswerte Organisationen der kubanischen Filmindustrie:

- Das per Gesetz 169 in 1959 gegründete ICAIC wird von der Revolutionsregierung zum staatlichen Besitzer der Kinos, Autokinos und Vorführsäle gemacht. Fidel und Raúl Castro sowie Che Guevara helfen bei der Organisation der notwendigen Geräte und finanziellen Mittel (Chanan 2004: 121). Der Name des Instituts ist Programm: Industrie und Kunst werden in einer wirtschaftlichen und künstlerischen Unternehmung vereint. Da die Vorführung „westlicher Propaganda“ verboten ist, übernimmt der Staat weitläufig die Produktion, ebenso den Verleih und Vertrieb. Das Institut integriert alle wesentlichen Stellen der Kinoindustrie. Bis zur Gründung des Kultusministeriums in 1976 ist das ICAIC auch ein Zentrum für andere Künste und Künstler. Es ist eines der wenigen Regierungsstellen, die nicht durch Staatsbeamte geleitet werden und welche Künstlern Schutz vor der eigenen dogmatischen und bürokratisch geprägten Ideologie bietet. Das ICAIC produziert bis 1989 jährlich bis zu einem Dutzend Spielfilme sowie zahlreiche Dokumentar- und Kurzfilme. Es ist seit der Einführung der Pflicht zur Selbstfinanzierung in den 1990ern bis heute finanziell überlebensfähig, wenn auch andere Aspekte als die (Ko-)Produktion vernachlässigt werden (Restauration, Archivierung oder Vorführung).
- Die Filmothek *Cinemateca de Cuba*, durch das ICAIC 1961 auf dem alljährlichen Filmfestival *Festival del Nuevo Cine Latinoamericano* gegründet. Sie ist ein einsehbares Archiv für kubanischen, karibischen und lateinamerikanischen Film und Filmmaterial.
- Die Stiftung *Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano*. Nach dem Motto „los que no somos Hollywood“ um eine karibische Identität bemüht, vereint sie 15 lateinamerikanische Mitgliedsländer. Sie leistet Beihilfe zur Produktion, Realisierung, Abschließung, Verleih und Vorführung von Kinofilmen, von Videofilmen in Lang- und Kurzformat sowie von anderen audiovisuellen Medien. Ihr Präsident ist Gabriel García Márquez.
- Die Gewerkschaft UNEAC (*Unión de Escritores y Artistas de Cuba*). Sie beschreibt sich als eine berufliche, soziale und kulturelle Genossenschaft, die kubanische Künstler vereint.²⁴⁶ Gegründet 1961, wird sie durch die bekanntesten kubanischen Künstler repräsentiert (u.a. Alejo Carpentier, José Lezama Lima oder René Portocarrero). Ihre offizielle Aufgabe ist neben der Interessenvertretung ihrer Mitglieder der wechselseitige Austausch durch Veröffentlichungen, Diskussionsreihen, Seminare, Festivals oder Wettbewerbe, ebenso wie Öffentlichkeitsarbeit und Marketing für kubanische Kunst und kubanisches Gedankengut auf internationalen Märkten. Tatsächlich ist sie ein Kontrollorgan des Regimes, welches konterrevolutionäre Tendenzen erkennen und unterbinden soll.
- Die staatliche Verleihfirma *Distribuidora Nacional de Películas*, welche kubanische Filme und audiovisuelle Produkte bewirbt, verleiht sowie die Filmrechte vermarktet.
- Der Bund der Kinoklubs *Federación de Cine Clubes de Cuba Creada*, 1985 gegründet. Er ist ein Zusammenschluss von landesweit circa 50 Klubs.
- CINED (*Instituto Educacional de Cine*), Trimagen und das nationale Fernsehen als Produktionsfirmen staatlicher Filme.
- Die Filmhochschulen EICTV (*Escuela Internacional de Cine y Televisión*, San Antonio de los Baños) und FAMCA - ISA (*Facultad de Cine, Radio y Televisión* des *Instituto Superior de Arte*). Sie garantierten kubanischen Regisseuren, Schauspielern, Kameralenten, Tonmeistern und Produktionsdesignern eine kostenlose und qualitativ hochwertige Ausbildung. Trotz der geringen Produktionsmöglichkeiten gehören Kubas Filmschaffende immer noch zu den angesehensten und am besten ausgebildeten von Lateinamerika. Die Filmhochschulen finanzieren sich vorwiegend durch ihre ausländischen Studierenden.

²⁴⁶ Siehe <http://www.uneac.com/pordentro/uneacpordentro.htm>, letzter Zugriff: 03.01.2004.

3.5 Neue Regierung, neuartige Filme²⁴⁷

3.5.1 Die anderen Medien²⁴⁸

Die Situation des Mediensystems in Mexiko ist der in Kolumbien ähnlich. Zwei vorwiegend auf die Hauptstadt konzentrierte Medienkonzerne, Televisa und Azteca (geführt von den Familien Azcárraga und Salinas), beherrschen den Markt. Obwohl formal das Ministerium für Kommunikation und Transport (SCT *Secretaría de Comunicaciones y Transportes*) bisher die TV- und Radio-Konzessionen erteilte, war primärer Ansprechpartner für Antragsteller der mit weitgehenden Befugnissen ausgestattete mexikanische Präsident: Die mexikanische Vetternwirtschaft macht keinen Halt vor dem Mediensystem. Der auf eine wohlwollende Berichterstattung angewiesene Präsident besieht die Medienimperien mit einer gemäßigten Steuerpolitik und dem großzügigen Einkauf von Werbezeit. Die Verabschiedung eines neuen Mediengesetzes am 30. März 2006, welches das seit 1960 bestehende Gesetz für Radio und Fernsehen (*Ley Federal de Radio y Televisión*) ersetzt, bestätigt das bestehende Oligopol weiter. In Zukunft werden keine Sendeerlaubnisse für öffentliche Kultur- oder Bildungssender vergeben, sondern Lizenzen verkauft. Gemeinschaftlich organisierte und freie Medien werden benachteiligt, während die privaten Medienunternehmen Televisa und Azteca ihre Lizenzen kostenlos für digitale Übertragungen nutzen können. Kritiker der Gesetzesnovelle befürchten eine Einschränkung der regionalen Medienvielfalt sowie der Presse- und Meinungsfreiheit.²⁴⁹

Die traditionell politisch rechts positionierte Televisa ist der weltweit größte spanischsprachige Medienkonzern. Er besitzt 80 % der landesweiten 461 Fernsehlizenzen (in 2000) und über die Hälfte der Fernsehsender. Die landesweite Versorgung der Haushalte mit Fernsehgeräten liegt bei 91 %; durchschnittlich 60-85 % dieses Marktes gehen an Televisa (Sánchez Riuz 1999). Zum Televisa-Konzern gehören neben den Programmen 2, 4, 5 und 9 der Pay-TV-Kabelsender *Cablevisión*, der Satellitensender *SKY* und die Radiokette *Sistema Radiópolis*. *Televisa Cine* übernimmt den Kinobereich des Unternehmens und ist einer der größten Produzenten und Verleiher in Mexiko.²⁵⁰ Sie hat Exklusivverträge mit *Warner Bros.* und *New Line* und verleiht mehr als 60 Filme pro Jahr. Hinzu kommen Beteiligungen des Televisa-Konzerns am Telefonunternehmen *TelMex*, die Kontrolle über den Verlag *Editorial Televisa* mit 50 Zeitschriften und die Fernsehsender von *Univisión* in den USA. Sämtliche Internetaktivitäten sind seit 2000 in *www.esmas.com* gebündelt.²⁵¹ Die Tochterfirma *Televisa Espectáculos* produziert jährlich mehr als 20 exportfähige Serien. Der Konzern exportiert die mexikanische Version der Seifenoper – die *Telenovela*²⁵² – ebenso wie kommerzielle Radioprogrammstunden. Mexiko liegt in diesem

²⁴⁷ Falls nicht anders zitiert, beziehen sich die Ausführungen zu Mexiko in diesem Kapitel auf verschiedene Aufsätze aus Selee/Tulchin 2003 (Mexico's Politics and Society in Transition).

²⁴⁸ Siehe im Text angegebene Quellen sowie <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug20/art5.html>, letzter Zugriff: 25.11.2005.

²⁴⁹ Siehe dpa-Meldung vom 04.04.2006 und Artikel der örtlichen Zeitungen. La Jornada nennt das Gesetz *la ley Televisa* (<http://www.jornada.unam.mx/2006/04/06/index.php>, letzter Zugriff: 06.04.2006).

²⁵⁰ Laut eigenen Angaben mit einem Marktanteil von circa 30 % (<http://www.esmas.com/videocine/quienes/>, letzter Zugriff: 20.02.2006).

²⁵¹ <http://www.esmas.com/televisahome/inversionistas/empresa/> (letzter Zugriff: 25.02.2006).

²⁵² Der Begriff „Telenovela“ (dt. Fernsehroman) stammt aus dem lateinamerikanischen Raum, besonders aus Mexiko, Brasilien und Kolumbien. Telenovelas sind serielle und melodramatische Fernsehsendungen, die das Leben und soziale Umfeld eines Helden dramatisieren bzw. fiktionalisieren. Wie bei der Seifenoper handelt sich hierbei um eine lang laufende Fortsetzungsgeschichte, die ihre Geschichte potentiell unendlich fortsetzen kann (vergleiche Typ c der Seifenoper nach Hickethier 2003). Das Besondere an der Telenovela ist jedoch, dass sie eine zahlenmäßig begrenzte Anzahl einzelner Kapitel (Folgen) hat, in denen der Kampf des/der ProtagonistIn um

Gebiet im lateinamerikanischen Markt an der Spitze: Auch außerhalb des Kontinents werden die Telenovelas ausgestrahlt, seit den 1990er Jahren vorwiegend in Osteuropa und Nordafrika (Mazziotti 1996). Drei Fußballvereine und die *Fundación Televisa* diversifizieren die Produktpalette.

Der Konzern Azteca hat ebenfalls ein Netz von Beteiligungen und Tochterfirmen.²⁵³ Im Fernsbereich hat er einen Marktanteil von 20-40 %. Der seit 1991 aktive Konzern betreibt die landesweiten Programme 7 und 13 sowie regionale Programme. Unabhängig von den beiden Konzernen bleiben nur die staatlichen Kultursender 11 und 22. Die Namen von Aztecas Tochterfirmen sind selbstredend: *Azteca America Network* bearbeitet den US-amerikanischen Hispano-Fernsehmarkt. Im Internetbereich agiert *Azteca Internet*²⁵⁴ und *Azteca Music* im Schallträgergeschäft. *Ventas Azteca* ist die hauseigene Werbeagentur, *Azteca Móvil* die Mobilfunkgesellschaft. Auch hier wird durch ein Fußballteam und zwei Stiftungen das Programm des Konzerns diversifiziert und PR betrieben.

Laut Umfragen beziehen die Mexikaner ihre Informationen zu gleichen Teilen aus Fernsehen und Radio (45 % im Vergleich zu 10 % aus den Printmedien; SCT: 2000). Regierungsangaben (ebd.) beziffern die Anzahl der lizenzierten Radiostationen in 2004 mit 1154.²⁵⁵ Zahlreiche Sender sind lokal konzentriert und übertragen in mehr als 32 indigenen Sprachen.

Im Printbereich erscheinen täglich 295 Zeitungen mit einer Gesamtauflage von über 9 Millionen Exemplaren. Einer der größten Zeitungsverlage Lateinamerikas, die OEM (*Organizacion Editorial Mexicana*), gibt allein 60 Tageszeitungen heraus, Televisa circa 50. Die Aktivitäten der *Editorial Televisa* bestehen aus der Veröffentlichung und dem Vertrieb von Publikums-, Frauen- sowie Fachzeitschriften und schließt die Herausgabe der zweimal täglich erscheinenden Sportzeitung *Ovaciones* ein. Der Zeitschriften-Vertrieb erfolgt international in 23 Länder mit einer Gesamtauflage von 120 Millionen Exemplaren im Jahr. Die meisten Publikationen sind spanische Versionen von US-amerikanischen und europäischen Zeitschriften. Die Pressefreiheit hat sich laut *Reporters sans Frontiers* zum positiven entwickelt und Mexiko ist nun auf Platz 74 gestiegen. Probleme sind weiterhin in den Küstenregionen und Grenzgebieten zu den USA vorhanden. Laut dem Jahresbericht 2003 wird die journalistische Arbeit dort durch Drogenhandel, Korruption und Gewalt erschwert. 16 Journalisten wurden zwischen April 2000 und April 2005 ermordet, wobei nicht bei allen ein politisches Motiv festgestellt werden konnte.

eine dramatische Liebe gezeigt wird. Die Charaktere der Erzählung unterteilen sich relativ klar nach den Wertigkeiten Gut und Böse. Das Personal der Telenovelas bleibt zahlenmäßig überschaubar und tritt periodisch auf. Es ist sozial und dramaturgisch miteinander verknüpft. Die Charaktere der Telenovela zeichnen sich dadurch aus, dass sie als Stereotypen angelegt sind und selten Lernverhalten zeigen. Überraschende Wandlungen der Charaktere sind mitunter möglich, um einen neuen Erzählstrang zu eröffnen oder einem alten neuen Schwung zu verleihen. Wirtschaftlich zeichnet sich die Telenovela wie die Seifenoper dadurch aus, dass sie – industriell produziert – trotz niedriger Produktionskosten eine hohe Zuschauerzahl im In- und Ausland erreichen kann und daher ein großes Gewinnpotential hat. (Koebner 2002: 561, Hickethier 2003, Hickethier 1991 und Mazziotti 1996)

²⁵³ <http://www.irtvazteca.com/what/company.shtml>, letzter Zugriff: 20.02.2006.

²⁵⁴ Mit www.toditotv.com (online fernsehen), www.laliga.com (online Kontaktbörse), www.todito.com (Web-Einkaufsportale), www.atzecamovil.tv (Mobiltelefonanbieter) sowie www.tvazteca.com (Internetauftritt des Fernsbereiches).

²⁵⁵ Siehe Regierungsstatistiken der *Secretaría de Comunicaciones y Transportes* unter http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct;jsessionid=G0z4jWhN6Tnph921BKZcGpRYnGQngJS0VFd14JSj9RsTTQB7GVQ!51484248!-466168837?_nfpb=true&_pageLabel=sct_book_67 (letzter Zugriff: 25.02.2006).

Einer der bekannten unlizenzierten Sender ist *Radio Insurgente*, das Publikationsorgan des EZLN (*Ejército Zapatista de Liberación Nacional*).

Bei den elektronischen Medien ist die Monopolisierung ebenso fortgeschritten und in der Hand der Medienmogule. Der Zugang zum Internet ist weitestgehend auf Städte beschränkt, auf die auch die Telefon- und Datenleitungsnetze ausgerichtet sind. Dennoch sind das Internet und die Kommunikation durch das Internet, z.B. über skype Telefonverbindungen, weiterhin Einzelpersonen und kleinen Gruppen von Vorteil. Vorreiter für die Nutzung des Internets durch die Guerilla ist die mexikanische EZLN (<http://www.ezln.org.mx/>), die so die Informationsblockade der lokalen Presse umgehen und weltweite Unterstützungsnetzwerke aufbauen. Auch *Amores Perros* profitiert durch das Internet. Die Werbestrategie des Filmes basiert international weitgehend auf den neuen Medien. National verhilft die Kenntnis und Nutzung des eigenen Mediensystems dem Film zum Erfolg. Mit dem Fernsehen ist *Amores Perros* insoweit verbunden, als er bekannte Fernsehschauspieler involviert und so für das mexikanische Publikum interessant wird.

3.5.2 Der Ausbruch

Die Filmnation Mexiko nimmt mit Emilio Fernandez (*María Candelaria*, 1944) und der „goldenen Epoche“ der 40er Jahre eine Spitzenposition im hispanoamerikanischen Raum ein. Politisch gibt es in Mexiko jedoch unter der Leitung der PRI (*Partido Revolucionario Institucional*) von 1929 bis 2000 kaum Veränderungen. Die Einheitspartei festigt ihre Macht und ist auf internationaler Ebene abgeschlossen. Von 1932 bis 1988 wird kein internationales Recht praktiziert und bis auf wenige Ausnahmen werden keine internationalen Abkommen geschlossen: Mexiko ist von der Außenwelt isoliert (Clarkson in Tulchin/Seele 2003: 222). Die PRI kontrolliert die politische wie die kulturelle Landschaft. Für die Filmbranche bedeutet dies eine enge Zensur. Die Zensur und die politische Vetternwirtschaft lassen den Glanz der goldenen Epoche verblassen und behindern auf lange Sicht eine freie Entwicklung der Filmbranche. Die Folge ist, dass wenig Kreativität freigesetzt werden kann. Alte Rezepte werden nun in geringfügig abgeänderter Weise immer wieder benutzt. Ein Musterbeispiel für das Verwenden und den Erfolg immer gleicher Erzählformeln sind nicht nur die ur-mexikanischen Genres (das Tränenmelodram und die Westernkomödie), sondern auch die Telenovela.

Mexikos autoritäres System basiert auf der Macht der Partei und seiner Staatspräsidenten. Die starke Orientierung an der sechsjährigen Amtszeit der Präsidenten, dem sogenannten *sexenio*, bedeutet die periodische Neuvergabe politischer Posten. Andere Posten, wie die Präsidentschaft des staatlichen Filminstituts IMCINE, werden ebenfalls regelmäßig neu vergeben. Dies geschieht aufgrund von politischen Motiven, ohne dass zwingend auf Kontinuität in der Filmpolitik oder die Qualifikation der Bewerber geachtet wird. Der langsame politische Wandel dieses Systems vom autoritären Einparteienstaat zur Demokratie in Mexiko beginnt vor der Abwahl der PRI in 2000. Die wirtschaftlichen Krisen der 1980er und 1990er Jahre machen eine Umstrukturierung in allen Bereichen notwendig. So wird in den 1990er Jahren auch der PRI klar, dass die Isolation nicht mehr lange von Vorteil für Mexiko sein würde und die Partei in internationale Verhandlungen treten und politische Veränderungen hervorrufen müsse. Das System, welches die Vetternwirtschaft unterstützt und dem Präsidenten bis hin zur Auswahl seines Nachfolgers in allen Bereichen Einfluss gibt, wird langsam und stufenweise demokratisiert.²⁵⁶ 1996 finden eine Wahlreform

²⁵⁶ „During the days of PRI dominance ... the president controlled the PRI, and the PRI controlled the Congress, at least until 1997. The president was very strong, not because his legal attributions were larger than in other

und eine Verfassungsänderung statt, welche die Macht des Präsidenten einschränkt und Wahlprozesse durchsichtiger macht. (Elizondo in Tulchin/Seele 2003: 30)

Außenpolitisch werden in Mexiko 1992 und 1995 kontinentale und globale Verträge in Form von NAFTA und WTO unterschrieben. 1993 kommt ein Freihandelsabkommen der G3, welche Mexiko, Kolumbien und Venezuela umfasst, hinzu. Von der PRI-Regierung werden der Beitritt zur NAFTA (1994) und die Verträge mit der WTO als Zeichen des politischen und wirtschaftlichen Aufstiegs Mexikos von einem unterentwickelten Land zum Schwellenland gefeiert. Die Auswirkungen der Verträge sind auch innenpolitisch weitreichend, da sie laut Artikel 133 des mexikanischen Grundgesetzes gesetzeskräftig und "supreme law" sind (Clarkson in Tulchin/Seele 2003: 219): "... much of the NAFTA and the WTO provisions have direct effect. This means that if any Mexican law contradicts a NAFTA or WTO obligation, it is invalid." (ebd.). Über zehn Jahre hinweg werden nun die politischen und rechtlichen Bedingungen an die neue außenpolitisch bedingte Gesetzgebung angepasst. Die Handelsregulierung und -kontrolle bestimmen die ökonomische Politik und untergraben alte Machtstrukturen. Diese werden zusätzlich durch die Spar- und Neoliberalisierungsmaßnahmen, welche den Staat eigentlich stärken sollten, geschwächt. Die tiefgreifende wirtschaftliche Krise in Lateinamerika führt zur vermehrten Unzufriedenheit der Mexikaner mit ihrer Regierung. Langfristig können die bestehenden Machtverhältnisse dem Druck nicht standhalten.

Der neue Präsident, PAN-Mitglied (*Partido Acción Nacional*) und ehemaliger Chef von Coca-Cola Mexiko, Vicente Fox (2000-2006), setzt den Schwerpunkt seines umfassenden und alle Bereiche des Landes betreffenden Reformprogramms auf die Wirtschaftspolitik.²⁵⁷ Er schreibt sich die Demokratisierung des Staatsapparates auf die Fahnen sowie die Weiterentwicklung (*desarrollo*) des Landes. Eines seiner großen Wahlversprechen war, den Konflikt in und mit Chiapas, der ein dringendes soziales und vielfach filmisch thematisiertes Problem darstellt, „in 15 Minuten“ zu lösen.²⁵⁸ Ein Versprechen, das er nicht halten kann. Es werden Verhandlungen geführt, Verträge unterschrieben und eine Gesetzesänderung durchgeführt, aber die Ergebnisse sind für die indigene Bevölkerung unbefriedigend. Auch Fox' Bestrebungen um eine Verbesserung der Menschenrechtslage, z.B. durch die Entlassung international bekannter Menschenrechtler aus diversen Gefängnissen, liegt in den Anfängen:

*Allerdings kommt es, zwar in geringerer Intensität als früher, aber weiterhin zu Übergriffen von Polizei und Militär, willkürlichen Verhaftungen, Verschwindenlassen und Erzwungung von Geständnissen durch Folter. Hauptursache ist die unzureichende Ausbildung, Ausrüstung, Bezahlung und damit Korruptionsanfälligkeit der Sicherheitsorgane. Verbesserungen soll eine umfassende Justizreform bewirken, die nunmehr schon seit einem Jahr im Senat beraten wird.*²⁵⁹

Fox' US-freundliche Haltung und Bemühungen um Auslandsinvestitionen, vorwiegend aus den USA und auch militärischer Art, bewegen ihn zu einer verstärkten Bekämpfung des

presidential systems but because the PRI dominated most of the country's political space." (Elizondo in Tulchin/Seele 2003: 41)

²⁵⁷ Siehe umfassende Informationen zu Fox und seiner anhaltenden Regierungszeit unter: Veröffentlichungen des Centro de investigación, docencia, documentación y divulgación de Relaciones Internacionales y Desarrollo (Fundación CIDOB) zu Vicente Fox, Barcelona 2002 (<http://www.cidob.org/bios/castellano/lideres/f-025.htm>, letzter Zugriff: 5.11.2004).

²⁵⁸ Eines der berühmtesten Aussprüche von Fox, die in allen Medien die Runde machte. Quelle: <http://www.jornada.unam.mx/2000/dic00/001203/mas-chiapas.html>, letzter Zugriff: 5.11.2004

²⁵⁹ Veröffentlichung des deutschen Auslandsamtes im Internet: http://www.auswaertiges-amt.de/www/de/laenderinfos/laender/laender_ausgabe_html?type_id=10&land_id=111, letzter Zugriff: 10.04.2006.

Drogenhandels und -anbaus sowie des organisierten Verbrechens und der Korruption. Weiterhin arbeitet der zum Teil in Harvard ausgebildete Fox eng in Migrationsfragen mit den USA zusammen.²⁶⁰ Obwohl mehrere Drogenbarone und ihre Mitarbeiter (u.a. hohe Militärs und Beamte) ab 2000 verhaftet werden, bleibt Mexiko weiterhin ein wichtiges Transitland für Drogen aus südamerikanischen Anbaugebieten. Der angenommene Gewinn der durch die Drogenpolitik zersplitterten Drogenkartelle beträgt 7-10 Milliarden US-Dollar pro Jahr (Tulchin/Seele 2003: 349). Diese Kapitalkraft des Drogenhandels stellt eine Bedrohung für Fox und die junge Demokratie Mexikos dar, weil sie unter anderem für Bestechungsgelder an Staatsbeamte genutzt wird. Mit der Wahl von George W. Bush zum 43. Präsidenten der USA in 2001 verengen sich die Beziehungen von Mexiko und den USA weiter.²⁶¹

Kulturell äußert sich Fox umfassend.²⁶² Zu Beginn seiner Regierungszeit, Anfang 2001, spricht er im Bereich Film und Fernsehen davon, dass es sein Ziel sei, die nationale Filmproduktion von circa 20 auf 60 Spielfilme pro Jahr zu heben. In diesem Zusammenhang führt er im März 2001 eine 10-%-Quote zur Vorführung inländischer Filme in Kinosälen ein. Dies stellt theoretisch eine bedeutende Hilfe für mexikanische Produktionen dar. Auch in diesem Bereich sind es Auslandsinvestitionen, überwiegend in Form von Koproduktionen, auf die Fox baut. 2,5 Jahre später, im November 2003, macht er – entsprechend seiner neoliberalen Wirtschaftspolitik und den Vorgaben der internationalen Finanzorganisationen – eine Kehrtwende mit dem Gesetzesvorschlag, welcher das staatliche Filminstitut *IMCINE* und andere filmisch relevante Staatsorganisationen, insgesamt 16, auflösen soll (siehe Kapitel 2.3).²⁶³ Die wirtschaftliche Lage der Mehrzahl dieser Organisationen macht einen Verkauf unrealistisch und würde dem Abstoßen kostengünstiger Staatsbetriebe sowie dem Ende von *IMCINE* gleichkommen. Der Gesetzesentwurf wird jedoch blockiert und es kommt nicht zum Verkauf. Die Filmpolitik des neuen Präsidenten ist noch nicht bekanntgegeben.

3.5.3 Der kleine Bruder der USA

Mexikos politischer und ökonomischer Wandel (von einer relativ abgeschlossenen Volkswirtschaft zur international agierenden Marktwirtschaft) hinterlässt auch in der Gesellschaft ihre Spuren. Doch hinkt die gesellschaftliche Entwicklung der größten Volkswirtschaft Lateinamerikas der politischen hinterher. Es ist nicht zu einer kompletten Umstrukturierung der Gesellschaft gekommen, wie von einigen Wissenschaftlern erwartet wurde. Die Transition hat umfassende Änderungen mit sich gebracht (Bizberg in Tulchin/Seele 2003: 143ff.). Besonders Mitte der 1990er Jahre, bevor weit angelegte Hilfsprojekte zur Entschärfung der Armut begonnen wurden, hat die neoliberale

²⁶⁰ Unter William Jefferson Clinton wird das Budget der INS (*Immigration and Naturalization Service*) von 1,4 Milliarden US-Dollar auf 4,3 Milliarden US-Dollar innerhalb von neun Jahren verdreifacht (Seele/Tulchin 2003: 348f.). Grenzen werden verstärkt und die Auswanderung der Mexikaner in die USA von beiden Seiten zu verhindern versucht.

²⁶¹ Als Texaner und ehemaliges Landesoberhaupt von Texas kennt Bush die Zusammenhänge der bilateralen Beziehungen und die Interdependenzen zwischen den USA und Mexiko. Aufgrund des steigenden Anteils der Latinos in der US-Bevölkerung (inzwischen circa 13 %) kann er ihre Wählerstimmen und damit ihre Anliegen nicht weiter ignorieren, wenn er wiedergewählt werden will.

²⁶² In den ersten 12 Monaten seiner Regierungszeit veröffentlicht Fox jeden Tag mindestens eine öffentliche Stellungnahme oder Pressemitteilung zu einer oder mehreren seiner neuesten Reform- und Verbesserungspläne.

²⁶³ Dies ist – zumindest in Bezug auf die Studios Churubusco – nicht das erste Mal, dass ein Verkauf anvisiert wird. Mitte der 80er Jahre wurde eine Liquidierung diskutiert und die Studios überlebten „only because of their symbolic value. ... If the cinema, the culture and the country itself are sold off, why should anyone bother to preserve the studios?“ (Pérez Turrent, Tomás “The studios”, in: Paranaquá 1995: 144)

Wirtschaftspolitik zur Verschärfung der Unterschiede zwischen armen und reichen Bevölkerungsteile geführt. Die Polarisierung findet sowohl auf sozialer wie auf wirtschaftlicher Ebene statt. Die Verlierer des Strukturwandels sind die überschuldeten Mittelschichthaushalte, die binnenmarktorientierten Klein- und Mittelunternehmen oder Agrarbetriebe in strukturschwachen Regionen und die Armen. Die Bevölkerungszahl steigt weniger schnell als in den Jahrzehnten zuvor um 18,8 % von 83,2 Millionen in 1990 auf 98,9 Millionen in 2000 (Brea 2003). Das Durchschnittsalter klettert von 18 auf 21 Jahre, womit sich das durchschnittliche Lebensalter der Kinogänger erhöht.

In 2000 leben in Mexiko 53,7 % der Bevölkerung unter der Armutsgrenze und 24,2 % in äußerster Armut.²⁶⁴ Die Prozentzahlen haben sich im Vergleich zu 1992²⁶⁵ leicht verschlechtert, jedoch deutlich verbessert im Vergleich zu 1994, 1996 und 1998. Insgesamt ist zwischen 1990 und 2000 die absolute Zahl der Armen von 19,0 auf 23,8 Millionen Menschen angewachsen. Die stärker werdenden gesellschaftlichen Unterschiede machen nur die mittlere und obere Mittelschicht für die Kinoindustrie interessant, da sich die Unterschicht den Kinogang nur selten oder gar nicht mehr leisten kann. Aus denselben Gründen konzentriert sich der Videomarkt auf die mittlere und obere Mittelschicht. Bevor die Reallöhne drastisch sanken, war dies nicht der Fall gewesen. Große Teile der Mittelschicht fallen zudem Mitte der 1990er Jahre kurzfristig in die Unterschicht ab und lassen den Kinomarkt weiter einbrechen. Da die Armut in ländlichen Gegenden teilweise bei über 80 % der Bevölkerung liegt und über die Hälfte der Bevölkerung in Städten lebt, sind Kinosäle sowie die gesamte Filmindustrie weiterhin ausschließlich in urbanen Zentren zu finden. Selbstverständlich ragt Mexiko-Stadt als größte Stadt der Welt dabei heraus.

Die wirtschaftliche Verschlechterung großer Teile der Bevölkerung hat auch im Sozialverhalten eine Änderung ausgelöst. Soziale Vereine finden weniger Zufluss und Umfragen ergeben, dass Mexikaner weniger Vertrauen haben in das soziale Netz, welches traditionell eine starke Bedeutung hatte. Sie geben an, weniger von diesem Netz getragen zu werden als noch vor 15 Jahren.²⁶⁶ Weniger Vertrauen in soziale Vereine und als Resultat verringerte soziale Aktivitäten bedeuten weniger Gruppenaktivitäten, wie z.B. Kinobesuche, soweit sie überhaupt bezahlbar sind. Zudem schreckt die schlechte Qualität der Massenprodukte der heimischen Kinoindustrie die Zuschauer davon ab, lokale Produktionen zu konsumieren. Es scheint nur Variationen der immer gleichen Themen zu geben. Laut der TGI-Latina-Umfrage 2004 überwiegt die Meinung, dass Filme aus dem Norden besser seien als mexikanische. Erst Mitte/Ende der 1990er Jahre ändern sich die Strategien der Filmindustrie und durch die Lockerung der Zensur werden Filme mit neuen Themen und Methoden möglich. Filme, die einen modernen, internationalen Erzählstil verwenden wie *Amores Perros*, *La Ley de Herodes* oder *Perfume de Violetas* helfen mexikanischen Filmschaffenden, ein eigenes Publikum wiederzufinden.

²⁶⁴ Secretaria del Desarrollo Social, *Evaluación y características de la pobreza en México en la última década del siglo XX: Documentos de Investigación 2*, Mexiko Stadt (SEDESOL) 2002: 15 (<http://www.sedesol.gob.mx/subsecretarias/prospectiva/cuadernos/Evolucion.pdf> und <http://www.fundacionpreciado.org.mx/ArchivoDigital.aspx?No=146&Open=yes>, letzter Zugriff: 1.10.2004). Die Statistiken variieren durch unterschiedliche zugrundegelegte Bedingungen je nach Institution und Veröffentlichung. Die hier zugrundegelegten Statistiken sind Ergebnisse langjähriger staatlicher Studien. Hauptzweck der Nennung von Zahlen und Statistiken ist die Voraugenführung, wie wenig Mexikaner sich einen Kinobesuch überhaupt leisten können.

²⁶⁵ Ebd.: 1992 (52,6 und 22,5 %), 1994 (55,6 und 21,1 %), 1996 (69,6 und 37,1 %) und 1998 (63,9 und 33,9 %).

²⁶⁶ So geben 51 % der Befragten an, keine Hilfe bei der Kinderaufziehung zu haben, weder in finanzieller noch beaufsichtigender Hinsicht. (<http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040509003005.html>, letzter Zugriff: 13.10.2004)

Mexiko hat eine besondere Beziehung zu den USA.²⁶⁷ Seit dem 19. Jahrhundert sind die transnationalen Beziehungen der Nachbarn ebenfalls Beziehungen unter Mexikanern: Der mexikanisch-US-amerikanische Krieg (1846-1848), welcher die Landesgrenzen zugunsten den USA neu definierte, teilte mexikanische Familien. Viele Familien verließen ihren ehemaligen Landbesitz und zogen weiter in den Süden. Dennoch sind auch heute noch große Bevölkerungsanteile der ehemaligen mexikanischen Staaten mexikanischer Abstammung (die US-amerikanische Staatsbürgerschaft wurde den in den USA lebenden Mexikanern im Friedensvertrag Guadalupe Hidalgo 1848 angeboten). Der kalifornische Goldrausch lockte weitere Mexikaner in den Norden und die kalifornische Grenze wurde zu einer temporären Freihandelszone. Pitti schreibt in diesem Zusammenhang von der Entstehung eines „größeren Mexikos“:

the California gold rush made the international frontera (border) an open zone of economic contact between mexicanos [sic] and U.S. citizens, a “greater Mexican” space in which new labor systems would develop by the early twentieth century. (Pitti in Selee/Tulchin 2003: 291)

Über Generationen aufgebaute Handels- und Familienverknüpfungen bleiben heute zum Teil bestehen. Die Migrationsbewegung hält zudem weiter an: Offizielle Zahlen zeigen, dass rund 7 Millionen in Mexiko geborene Mexikaner in den Staaten leben, die inoffiziellen Schätzungen liegen weit höher. Die moderne und immer billiger werdende Technik (E-Mail, Fax, Telefon) ermöglicht einen vermehrten kulturellen Austausch zwischen getrennten Familien und Gemeinden. Immer mehr junge Menschen versuchen zudem durch Auswanderung der Armut in Mexiko zu entkommen. Die offizielle Migrationsbewegung ist mit circa 300.000 Menschen pro Jahr verzeichnet.²⁶⁸ Der Problemkomplex Auswanderung zeigt sich in der Themenwahl vieler Filme [siehe unter anderem die Filme von María Novaro *Lola* (1989), *El jardín del Edén* (1994), *Sin dejar huella* (2000) oder *Mujeres insumisas* (Alberto Isaac, 1994)]. Immigranten bringen nach und nach andere Familienmitglieder, Brüder, Onkel oder in einigen Fällen auch ihre Frauen und Kinder, in die USA. In manchen Gemeinden Mexikos kommt es so zu einer saisonalen Ausgestorbenheit und zu einer ungewöhnlichen Wohlhabenheit der verbliebenen Bewohner, die durch Verwandtschaft im Norden regelmäßig Geld gesendet bekommen.²⁶⁹ Kulturell interpretiert Pitti, dass

Mexican migrations have created new cultural practices and visions of the Mexican community that transcend the boundaries of either Mexico or the United States. In fact, it seems clear that a nascent “transnational social field” began to be established in that region in the decades after the U.S.-Mexican War, particularly near the frontera [sic] as a set of transnational economic and cultural practices developed from cross-border familial networks (Pitti in Selee/Tulchin 2003: 291f.)

Auch sprachlich ist die lokale Eingliederung englischer Alltagswörter in den mexikanischen Sprachgebrauch festgestellt worden (Pitti in Selee/Tulchin 2003: 307).²⁷⁰ Die

²⁶⁷ Die Thematisierung der Einflussnahme durch die USA zieht sich durch die gesamte Dissertation. Zu diesem Abschnitt siehe Gliederungspunkte 3.1, 3.2, 3.5.2, 2.3 und 1.5 sowie Pittis Ausführungen in Selee/Tulchin 2003.

²⁶⁸ Mehr als zwei Drittel der Auswanderer sind männlich. Diese Zahl entspricht einer Verdopplung im Vergleich zu den 70er Jahren (durchschnittlich 150.000 Auswanderer pro Jahr). Siehe dazu die Veröffentlichungen der ECLAC (Boletín Demográfico No. 73. *América Latina y El Caribe: Estimaciones y proyecciones de población. 1950-2050* und <http://www.eclac.cl/publicaciones/Poblacion/5/LCG2225P/lcg2225.pdf>, letzter Zugriff: 1.10.2004, sowie die offiziellen Zahlen des mexikanischen Amtes für Statistik INEGI unter www.inegi.gob.mx vom 1.10.2004).

²⁶⁹ Die Zahlungen haben sowohl in 1999 als auch in 2000 einen auf über 6,5 Milliarden US-Dollar geschätzten Wert für die mexikanische Wirtschaft (IMF, *Balance of Payments Statistics Yearbook*, Washington (IMF) 2001: Teil 1, Ländertabellen). Mexiko nimmt damit mehr Geld durch Auslandsüberweisungen von Mexikanern in den USA als durch den Verkauf des mexikanischen Öls ein.

²⁷⁰ Da Spanisch die zweite Landessprache ist, können Immigranten mit rudimentärem Englisch überleben. Sie können problemlos amtliche Formulare auf Spanisch erhalten und ausfüllen, ihren Telefonanschluss auf Spanisch verwalten oder die theoretische Führerscheinprüfung machen. Entsprechend dem amerikanischen Einfluss in

„Amerikanisierung“ der Mexikaner erfolgt daher durch Außeneinflüsse ebenso wie durch Inneneinflüsse.

3.5.4 Filmindustrie²⁷¹

In Mexiko ist die Filmindustrie weitaus gefestigter als in Kolumbien oder auf Kuba und kann auf eine lange Tradition zurückblicken. Zwar ist das „goldene Zeitalter“ der 40er Jahre vorbei und an eine eigene Kinoindustrie nicht mehr zu denken, doch geben 1817 Vorführsäle (in 2001) Raum für 132.470.000 Zuschauer (Guzmán Cárdenas 2004: 110). 9 % dieser Zuschauer kommen ins Kino, um mexikanische Filme zu sehen, in 2002 sind es sogar 11 %. Dies stellt eine gewaltige Steigerung gegenüber den 1990er Jahren dar (1998 sind es lediglich 3,5 %). Dem „Kollaps der Industrie“ bis 1997 folgt eine leichte Erholung und Umstrukturierung ebendieser (García Riera 1998: 388ff.). Der Aufwärtstrend ist begründet in den Veränderungen der Einflussnahme des Staates und den Kinohits, welche seit *Das Gesetz des Herodes* in 1999 Jahr für Jahr folgen und Zuschauer für das eigene Kino begeistern können. Mexikanische Filme nehmen vermehrt an internationalen Festivals und Märkten teil: 2003 sind mexikanische Filme auf 233 ausländischen Wettbewerben zu sehen.²⁷² Eine Vielzahl kleiner Produktionsfirmen wie Bandidos Films oder Zeta Films übernehmen im neuen Jahrtausend die Kinoproduktion. Sie können in den letzten fünf Jahren mit circa einem produzierten Spielfilm pro Jahr und Firma erhebliche Erfolge vorweisen.

Über Jahrzehnte hinweg ist die mexikanische Filmindustrie mit der Ausnahme Kuba wie keine andere lateinamerikanische mit dem Staat verbunden. Der Staat übernimmt alle Bereiche der Filmindustrie, welche zentral in Mexiko-Stadt angesiedelt ist.²⁷³ Einziger anderer filmischer Knotenpunkt ist Guadalajara, wo einmal im Jahr das zweitwichtigste Filmfestival (*Muestra de Cine Mexicano*) stattfindet und zudem eine weitere Filmhochschule (das *Departamento de Artes Visuales* der *Universidad de Guadalajara*) sitzt.

Exkurs: Nennenswerte Organisationen der mexikanischen Filmindustrie:

- das Kultusministerium *Secretaría de Cultura*. Als Teil der *Secretaría de Gobernación* führt diese Behörde die Zensur der Filme durch und bestimmt so die Filmproduktion der 1990er Jahre. Filme wie *Das Gesetz des Herodes* oder *Amores Perros* werden erst nach 1998 durch die Lockerung der Zensur überhaupt möglich.

Mexiko ist auch der mexikanische Einfluss in den USA zu spüren (zum Beispiel durch die Assimilierung verschiedener Nationalgerichte und Zutaten). Auch werden in viele Arbeitervierteln in den USA mexikanische Kapellen und Altare nachgebildet und hispanische Traditionen, wie z.B. die *Novena*, ausgeübt.

²⁷¹ Siehe Estrada 1998, Hershfield/Maciell 1999 und Paragüá 1995 sowie im Text genannte Quellen.

²⁷² Dies ist eine 75-prozentige Steigerung gegenüber durchschnittlich 130 jährlich eingereichten Filmen zwischen 1995 und 2000 (www.conaculta.gob.mx/memorias/q181htm, letzter Zugriff: 8.12.2004).

²⁷³ Als Beispiel hier eine nicht komplette Auflistung der staatlichen oder halbstaatlichen Institutionen im Kinobereich: Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC – Filmhochschule), Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC – Filmhochschule), Universidad de Guadalajara (Filmhochschule), Continental de Películas, S.A. (Vertrieb), Corporación Nacional Cinematográfica de Trabajadores y Estado I, S.A. de C.V. (CONACITE I – Gewerkschaft 1975 - 1977), Corporación Nacional Cinematográfica de Trabajadores y Estado II, S.A. de C.V. (CONACITE II – Gewerkschaft 1975-1990), Corporación Nacional Cinematográfica, S.A. de C.V. (CONACINE Produktionsfirma), Estudios América, S.A. (Studio), Estudios Churubusco-Azteca (Studio), S.A., Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE - Filminstitut), Películas Mexicanas, S.A. (PELMEX - Verleih), Cineteca Nacional (Filmothek).

- die Unterbehörde des Kultusministerium CONACULTA (*Consejo Nacional para la Cultura y las Artes*). Dieser Behörde unterstehen die wichtigsten staatlichen Institutionen im Filmbereich. Mit Hilfe des FONCA (*Fondo Nacional para la Cultura y las Artes*) unterstützt sie künstlerische Projekte.
- das staatlichen Filminstitut IMCINE (*Instituto Mexicano de Cinematografía*, gegründet 1983; siehe weitere Ausführungen im laufenden Text).
- die 1936 gegründete staatliche Filmothek *Cineteca Nacional*. Ihre Kinosäle sind Hauptvorführer von nicht US-amerikanischen sowie Kunst-Filmen und geben nationalen Filmen Raum zur Projektion. Da jeder Produzent der *Cineteca Nacional* per Gesetz eine kostenlose Kopie eines nationalen und uraufgeführten Films zur Verfügung stellen muss, erweitert die *Cineteca* ihr Archiv laufend. 1997 wird sie dem Kultusministerium und damit qualifizierterer Führung unterstellt und ist nicht mehr eine Sache der nationalen Sicherheit (als Teil der *Secretaría de Gobernación*; siehe Maciel in Hershfield/Maciel 1999: 223). Wie das DIF (*Deutsche Filminstitut*) organisiert auch die *Cineteca Nacional* Ausstellungen, Minifestivals, Seminare und Workshops, unterhält Film-, Text- und Bildarchive und ein eigenes Filmgeschäft.
- die *Filmoteca* der Universität UNAM (*Universidad Nacional Autónoma de México*). Sie ist im Grunde der *Cineteca* ähnlich. Vorwiegend an Akademiker gerichtet, archiviert und führt sie Filme zu Studienzwecken vor. Ihre Film-, Text- und Bildarchive sind weniger umfangreich als die der *Cineteca Nacional*, jedoch für Akademiker, Kinoclubs und Institutionen einfacher zugänglich. Zusätzlich organisiert sie öffentliche Veranstaltungen und Seminare und verfügt über ein bedeutendes Labor zur Entwicklung von 16-mm- und 35-mm-Filmen.
- die Studios Churubusco-Azteca.
- die Industrie- und Handelskammer für Film CANACINE (*Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma*). Diese Dachorganisation vertritt als eigenverantwortliche öffentlich-rechtliche Körperschaft das Interesse ihrer zugehörigen Unternehmen gegenüber Kommunen, Regierung und regionalen staatlichen Stellen. Sie setzt sich aus circa 2.500 Betrieben zusammen, welche in den Bereichen Produktion, Distribution und Vorführung von Kino- und Videofilmen tätig sind. Die Kammer veröffentlicht statistische Daten von Einspielergebnissen über Besucherzahlen bis hin zu wissenschaftlichen Studien über die Branche.
- die Kommission CONAFILM (*Comisión Nacional de Filmaciones*). Sie ist Verknüpfungsstelle für Produzenten und Serviceanbieter der audiovisuellen Branche. Die Kontaktinformationen der für eine Filmproduktion notwendigen Dienste und Leistungen (Örtlichkeiten, Speiseliheranten, Hotels, Agenturleistungen für Casting oder Marketing, Sicherheitskräfte etc.) werden von ihr zur Verfügung gestellt.
- die Akademie AMACC (*Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas A.C.*). Die Akademie wird von hochdotierten Filmpersönlichkeiten (Regisseure, Kameraleute und Schauspieler) geleitet und verleiht die mexikanische Version des Oscars, den *Ariel*. Ihre Stärke liegt in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über mexikanischen Film im In- und Ausland.
- die staatlichen Filmhochschulen der Hauptstadt CCC und CUEC sowie die *Universidad de Guadalajara* in Guadalajara und das in Mexiko-Stadt angesiedelte private Institut für Drehbuchschreiben Cigcite (*Centro Internacional de Guionismo de Cine*).

Die staatliche Leitung der Filmindustrie sichert auf der einen Seite eine beständige, wenn auch geringe Anzahl an Produktion. Auf der anderen Seite hemmt sie die Industrie und ihre Mitglieder durch Zensur ähnlich wie andere Länder. In Mexiko sind die bis 1990 existierenden großen Gewerkschaften lange Zeit hinderlich für die heimatliche Produktion. Sie unterstützen nicht die künstlerische Entwicklung des Landes, sondern verfolgen eigene wirtschaftliche Interessen und erleichtern Fremdproduktionen, meist US-amerikanische. Die Folge sind unzureichende Rückinvestitionen in die mexikanische Filmindustrie, da der Gewinn der Fremdproduktionen nicht nach Mexiko, sondern ins Ausland abgeht. Die Abhängigkeit von Hollywood wächst:

The Mexican film industry did not plunge into serious industrialisation in opposition to Hollywood, but rather with its blessing, interested protection and active participation. ... Contrary to popular belief, Latin America was never a natural market for any industry other than Hollywood's. From the start, the market had been shaped, expanded and consolidated to serve imports. (Paranaguá 1995: 8f.)

Dennoch gibt es Versuche, den Inlandsmarkt durch einheimische Distributionsfirmen zu lenken. 1945 wird der *PelMex (Películas Mexicanas)* Verleih gegründet, welcher mit Hilfe von 12 internationalen Geschäftszweigen in 20 lateinamerikanischen Ländern agiert und zeitweise zum größten lateinamerikanischen Verleih wird. *Películas Nacionales*, ein 1947 gegründeter Verleih, widmet sich ausschließlich dem inländischen Markt. Die BNC (*Banco Nacional Cinematográfico*) übernimmt 1959 die Studios Churubusco und 1960 die COTSA (*Exhibidora Estatal Compañía Operadora de Teatros SA*), welche zu diesem Zeitpunkt allein in Mexiko-Stadt über 300 Kinos versorgt. 1965 und 1970 finanziert die BNC 70 % der inländischen Filmproduktion: Filmemachen wird zur Staatssache. 1979 wird die BNC liquidiert und die Verantwortung dem RTC (*Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía*) übergeben. Bis 1989 untersteht das staatliche Filminstitut IMCINE dem RTC und ab dann der Conaculta. Die Struktur des IMCINE und sein wechselnder Führungsstab erschweren unbürokratische Kreativität. Die Verbindungen von Staat und Filmwesen sind komplex und wechselhaft. Dies wird durch eine kurze Darstellung der Filmpolitik des staatlichen Instituts in den 1990er Jahren deutlich (siehe folgenden Punkt b).

Die Besonderheiten der 1990er Jahre in Mexiko sind die verschiedenen Krisen der Filmindustrie und die veränderten Finanzierungsmöglichkeiten durch das Filminstitut IMCINE:

a) Die Filmförderung eines gesamten Filmprojektes wird komplizierter, weil der bisherige Geldgeber zu wenig Steuergelder hat, die er in kulturelle Produkte investieren kann. Steuersätze sind in Mexiko wie in allen lateinamerikanischen Staaten weitaus geringer als z.B. in Deutschland. Auch werden Kinokarten nicht besteuert, wie es zum Beispiel in Frankreich und einige Jahre lang in Kolumbien der Fall ist.²⁷⁴ Staatsausgaben müssen durch die wiederholten Krisen drastisch gedrosselt werden. Produzenten und Regisseure müssen nun einen mit den Jahren wechselnden Prozentsatz der Filmfinanzierung fremdfinanzieren, bevor sie eine Restförderung durch das IMCINE beantragen können. Dabei muss es sich um nationale wie internationale Finanzierungsquellen handeln. 1993 liegt der Satz laut dem sogenannten *Nueva Ley Federal de Cinematografía* bei 60 % (Segre 1997: 43), während es in 2004 25-30 % und nur in Sonderfällen bis zu 70 % sind (Durán Loera, Expräsident von IMCINE, im Gespräch am 16.11.2004). Die Funktion von IMCINE verschiebt sich von alleinigem Produzenten zum Kofinanzier: *IMCINE cumpliera la función básica ... de promover, auspiciar y gestionar el financiamiento colectivo de las filmaciones*. (Riera 1998: 358). Dies bedeutet in der Folge eine Symbiose von Staatsproduktionen und Independentfilmen. IMCINE stellt nicht nur einen Teil der Finanzierung oder zinsgünstige Kredite für Filme zu Verfügung, es übernimmt auch andere Aufgaben, wie zum Beispiel die Aushandlung von Preisnachlässen bei Kodak.²⁷⁵ Eine geringe Anzahl an Kinos wird durch

²⁷⁴ Ein entsprechender Gesetzesentwurf, welcher IMCINE mehr als sein Jahresbudget, den vergleichsweise geringen, aber hilfreichen Betrag von circa 15 Millionen US-Dollar, pro Jahr einbringen könnte, war im Dezember 2002 in erster Instanz erfolgreich. Er hat unmittelbar einen Protestbrief von Jack Valenti (Präsident der MPAA) an Vicente Fox sowie eine Schädigungsklage der Filmverleiher ausgelöst. Die Klagen von Warner Brothers, 20th Century Fox und anderen Verleihern blockiert die Durchsetzung der Besteuerung erfolgreich. (<http://www.spanix.com/HTML/ShowNews.asp?pg=40&ID=828>, letzter Zugriff: 17.11.2004)

²⁷⁵ <http://www.spanix.com/HTML/ShowNews.asp?pg=40&ID=828>, letzter Zugriff: 17.11.2004.

IMCINE betrieben und bietet zusätzlich zum eigenen Verleih eine Plattform für hauseigene Filme.

b) Die politischen Anstrengungen im Bereich Film sind kurzfristig und unbeständig. Der Auflösung von Filmmaßnahmen und -organen folgt die Gründung anderer. Die Filmindustrie wird vom Staat – ganz im Gegensatz zur US-amerikanischen Vorgehensweise – nicht als strategisch bewertet. Folglich reduziert der Staat sein Engagement mit fortschreitender Krise sukzessive. Dies führt dazu, dass die staatliche Kinokette COTSA verkauft wird, die staatlichen Studios *Churubusco* verkleinert sowie Distributions- und Produktionsfirmen wie *Películas Mexicanas* oder die CONACINE (*Corporación Nacional Cinematográfica*) und CONACITE (*Compañía Nacional de Cine y Teatro*) bis 1993 liquidiert werden. Der staatliche Eingriff auf die Filmbranche beschränkt sich in den 1990ern vorwiegend auf die Tätigkeiten von IMCINE. Das Filminstitut kann jedoch nicht die Funktionen aller dieser Organe wahrnehmen und die staatlich unterstützte Filmproduktion stürzt dramatisch ein. An die Stelle der vielen, staatlich unterstützten Massenproduktionen tritt nun eine wesentlich geringere Zahl von unabhängigen Produktionen. Über die Hälfte aller Produktionen zwischen 1995-2000 sind komplett ohne staatliche Gelder finanziert. Diese Filme sind weniger industriell als künstlerisch und bergen ein großes persönliches Engagement seitens der Regisseure, Produzenten und Filmcrews.

Während sich Ignacio Durán Loera, welcher IMCINE von 1988 bis 1994 leitet, um die Förderung neuer Talente und von Independentfilmen sowie die Eroberung des heimischen Publikums bemüht, ist sein Nachfolger, Jorge Alberto Lozoya, als gelernter Diplomat weniger an der nationalen Filmproduktion als an internationalen Beziehungen interessiert. Er nutzt seine Amtszeit für häufige Reisen ins Ausland. Die Anzahl der produzierten Filme sinkt weiter und das Management von IMCINE wird scharf kritisiert:

IMCINE's inertia and negative policies began to generate widespread criticism and even outrage from all sectors of the film industry, the press, other governmental agencies, and even from international film circles. Such unanimous concerns and later condemnation of the policies and practices of IMCINE started to appear consistently in the press. (Maciel in Hershfield/Maciel 1999: 222)

In der Folge wird Lozoya 1996 durch die Ernennung zum mexikanischen Botschafter für Israel ins Ausland versetzt. Er wird durch den Cineasten Diego López Rivera ersetzt, welcher zuvor die Studios Churubusco leitete. López Rivera nimmt verstärkt Bemühungen im Bereich Koproduktion auf und bemüht sich um die Realisierung nicht nur von Spielfilmen und Dokumentation, sondern seinem eigenen Hobby entsprechend auch um die Produktion von Kurzfilmen. Eine Sondermittelgestattung von 10 Millionen Pesos, die Gründung einer neuen Gesellschaft (Foprocine: *Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad*) und ein Dekret Zedillos mit weiteren 100 Millionen Pesos soll IMCINE's strukturelle Verbesserungspläne durchsetzen.²⁷⁶ Mit der Entscheidung für weitere finanzielle Mittel wird ungewöhnlicherweise zum zweiten Mal in einem *sexenio* ein neuer Präsident im IMCINE eingesetzt, der Verwaltungsrat und Parteifunktionär Eduardo Amarena Lagunes. Anscheinend will Zedillo die parteigerechte Verwendung der Mittel sicherstellen. Dennoch trifft IMCINE die wirtschaftliche Krise hart und zwischen 1995 und 2000 werden insgesamt

²⁷⁶ Arturo Ripstein vertritt die durchaus diskutierbare Position, dass es eine Verpflichtung des Staates sei, die nationale Kulturproduktion und dadurch Kino weitab von Profitgedanken zu unterstützen und zu lenken:

“Debemos de recordar que el cine es la única de las artes que requiere una infraestructura nacional. Por ello, el cine nacional que trasciende los intereses de lucro inmediato, ese cine que es arte, no podría subsistir sin el apoyo y la protección del Estado.” (*Reforma*, 18.12.1997)

nur 26 Spielfilme durch das Institut gefördert. Zusammen mit Foprocin sind es immerhin 53 von insgesamt über 120 produzierten Filmen.²⁷⁷ Präsident Fox (2000-2006) führt 2001 als Hilfsmaßnahme eine 10-Prozent-Quote für nationale Filme ein. Diese war bereits 1998 durch das Gesetz LFC (*Ley Federal de Cinematografía*) beschlossen, ohne umgesetzt zu werden. Ebenso wird 2001 die Stiftung FIDECINE mit einem Kapital von 70 Millionen Pesos gegründet. Die Stiftung wie die Umsetzung der 10-Prozent-Quote werden kritisiert. Estrada (2002) argumentiert, dass die FINDECINE kommerzielles Kino schützt, aber experimentelles oder anspruchsvolles Kino keine Gelder durch die staatliche Stiftung erhalten. Seiner Meinung nach erfüllt der Staat damit nicht seine Rolle als Förderer und Schützer von Kultur, sondern geht dem Trend der Fox-Regierung nach, Wirtschaftlichkeit und wirtschaftliche Bedürfnisse vor kulturelle Interessen zu stellen. Mehr Kritik kommt mit dem bereits erwähnten Gesetzesentwurf in 2003 von Fox, der zur Liquidierung von IMCINE, der staatlichen Filmhochschule, den Studios Churubusco und anderen Organisationen und Institutionen führen soll. Einer der Kritiker aus dem Ausland ist Alfonso Cuarón, welcher zu diesem Zeitpunkt an *Harry Potter und der Gefangene von Azkaban* (GB/USA, 2004) arbeitet. In der *Los Angeles Times* berichtet er am 12.11.2003 von der Einflusskraft des Filminstitutes auch auf seine internationale Karriere: "I had my fights with [IMCINE], but I needed the institution to support my first movie. ... I am making *Harry Potter* because IMCINE held my hand on my first picture."

Hinter diesen Erlassen, Begünstigungen und Änderungen zeigen sich die Willkür der mexikanischen Filmpolitik sowie die enge und teilweise kontraproduktive Verbindung des Staates zum mexikanischen Kino (Maciel in Hershfield/Maciel 1999: 226).

c) Hinzu kommt die Inflation: Ein Film, der 1988 1 Million Pesos kostet, kostet 1998 das Fünffache. Auch die Kinokarten sind entsprechend teurer geworden, während sich die Qualität der Säle verringert hat: Weniger Zuschauer gehen ins Kino, sie weichen auf das Fernsehen und Videos aus. Der Durchschnittspreis eines Spielfilms (1,8 Mio. US-Dollar) liegt Ende der 1990er Jahre 300 % über der Inflationsrate, Filmemachen ist überdurchschnittlich teurer geworden. Immer mehr Kinosäle werden geschlossen: Die Zahl der nationalen Kinosäle sinkt von 2384 (in 1988) auf 1842 (in 1997).²⁷⁸ Dennoch steigen die Umsätze der großen Firmen (Cinemark, Cinemex, United Artists und der einzigen nationalen Firma Organización Ramírez).

d) Aufgrund der fehlenden Rückinvestitionen in die Filmindustrie fällt der technische Standard der Filmindustrie. Eine Modernisierung der Ausstattung, des Dekors und der Verfahren der Studios wird dringend notwendig. Sie erfolgt ab 1994: Zwischen 1994 und 1999 werden die Tonstudios und Labors remodelliert. Das Labor des in der Hauptstadt gelegenen Studios Churubusco wird mit neuer Technologie zur Negativ-Entwicklung, hochauflösenden Bild- und Tonbearbeitung, Synchronisation oder Serienkopien und zur Herstellung von Special Effects aktualisiert. Der erste Vorführungssaal mit THX-Zertifikat²⁷⁹ wird über zehn Jahre nach seiner Einführung durch George Lucas in Mexiko-Stadt errichtet. Es ist der erste voll modernisierte und THX-zertifizierte Saal in Lateinamerika. Dolby Digital und Spezialeffekte halten Einzug in Mexiko. Parallel dazu leiten die Studios ein Projekt ein, um die mexikanische Filmmusik ab 1956 zu konservieren. Die Tonspuren von 1000 Filmen

²⁷⁷ <http://www.conaculta.gob.mx/memorias/q179.htm>, letzter Zugriff: 10.04.06.

²⁷⁸ CANACINE, *Cines inscritos durante el periodo de 1987-1997*, in: Estrada 1998: 2.

²⁷⁹ THX soll garantieren, dass ein Film in jedem zertifizierten Kino gleichartig vorgeführt wird und in engen Toleranzen in Bild und vor allem im Ton gleich aussieht und klingt.

werden digitalisiert und in einer *fonoteca* konserviert.²⁸⁰ Zwischen 1998 und 2003 nehmen über 95 % der kommerziell produzierten und uraufgeführten mexikanischen Filme Teile der Dienste der Studios Churubusco in Anspruch.

Durch IMCINE können junge Regisseure ihre ersten Erfahrungen mit Kurz-, Spielfilmen oder anderen Filmprojekten machen und müssen nicht den mühsamen Weg des Werbefilmens oder Videomachens gehen, zu dem die meisten Filmemacher in Kolumbien gezwungen werden. Mexikaner haben zudem die Gelegenheit, bei US-amerikanischen Produktionen im eigenen Land mitzuwirken, auch wenn sich ihre Tätigkeiten auf technische oder Handlangerarbeiten reduzieren. Die sich zurückziehende staatliche Unterstützung hinterlässt eine Lücke, die nach und nach durch alternative Finanzierungsmöglichkeiten sowie Produktionsfirmen und -modelle gefüllt wird.

²⁸⁰ Estrada 1998.

4 Netzwerke und Infrastrukturen für den Vertrieb hispano-amerikanischer Filme

Marktführende nordamerikanische Produktionen zeigen, dass die Machart sowie gewisse Vermarktungsstrategien und ein geplantes internationales Marketingmanagement zum finanziellen Erfolg und damit zur Rezeption dieser Produktionen führen können. Hispanoamerikanische Produktionen können dies für sich nutzen, wenn sie den Markt kennenlernen, analysieren und eigene Strategien zur Überwindung der Markteintrittshindernisse entwickeln. Dieser These folgend, wird in diesem Kapitel zunächst der bestehende Markt für lateinamerikanische Filme dargestellt, um dann ihre Markteintrittshindernisse sowie ihre Einsatzmöglichkeiten im eigenen Binnenmarkt, in Nordamerika sowie Europa ansatzweise aufzuzeigen. Im nächsten Schritt werden die Distributionswege im Verlauf des Produktlebenszyklus und ihre Probleme angesprochen. Ein Blick in die Möglichkeiten der internationalen Kommunikationspolitik soll realistische Möglichkeiten zur Verbesserung der aktuellen Schwierigkeiten zeigen. Die vorhandenen Netzwerke und Infrastrukturen liegen zum allergrößten Teil in der Hand der nordamerikanischen Großkonzerne. Dafür gibt es Gründe dreier Art:

- a) historische: unter anderem die Marktpenetranz und -dominanz seitens der Nordamerikaner seit Beginn der bewegten Bilder; die zweimalige Zerstörung der konkurrierenden Filmindustrien in Europa durch die Weltkriege; fehlende langfristige Investitionen und Unterstützung der Filmindustrie seitens der Lateinamerikaner.
- b) kulturelle: fehlende Wertschätzung und mangelndes Selbstbewusstsein der Lateinamerikaner hinsichtlich ihrer Filme; die fehlende lateinamerikanische Kooperation.
- c) marktbedingte: die Produktbetriebsheit des Marktes; Marktaufteilung/Dominanz von Blockbustern; die Kapitalintensivität von Filmen und Finanzschwäche der Lateinamerikaner.²⁸¹

Es stellen sich nunmehr die Fragen, wie die Bedingungen dieser Vormachtstellung sind und wie sie verändert oder positiv genutzt werden können.

4.1 Supermarkt der Leinwände: Einsatz und Einsatzmöglichkeiten hispanoamerikanischer Filme im Kinobereich

Um die Einsatzmöglichkeiten hispanoamerikanischer Filme in den verschiedenen Regionen beurteilen zu können, wird zunächst die Größe des jeweiligen Marktes durch Zahlenmaterial der letzten Jahre eruiert. Da das Zahlenmaterial sich auf Lateinamerika bezieht, wird in diesem Teilabschnitt Brasilien in die Studie mit einbezogen. Nur die genaue Kenntnis der Märkte erlaubt eine Einschätzung von zukünftigen potenziellen Einsatzmöglichkeiten. Welche Art von Filmen hatte in den letzten Jahren in welchem Land Erfolg bei welcher Zuschauergruppe? Welche Vertriebskanäle haben diese Filme benutzt? Welche Märkte werden bedient, welche nicht und warum? Welche Hürden hat der Markt für lateinamerikanische Filme? Wie können sie gegebenenfalls überwunden werden?

²⁸¹ Siehe dazu auch Kapitel 3, unter anderem im Gliederungspunkt 3.1. ‚Die Beziehungen zu den USA und Spanien‘ sowie Gliederungspunkt 3.3. ‚Dauerkrise‘.

Fréquentation des salles de cinéma | 1992-2004 Admissions | 1992-2004

En millions. | In millions.

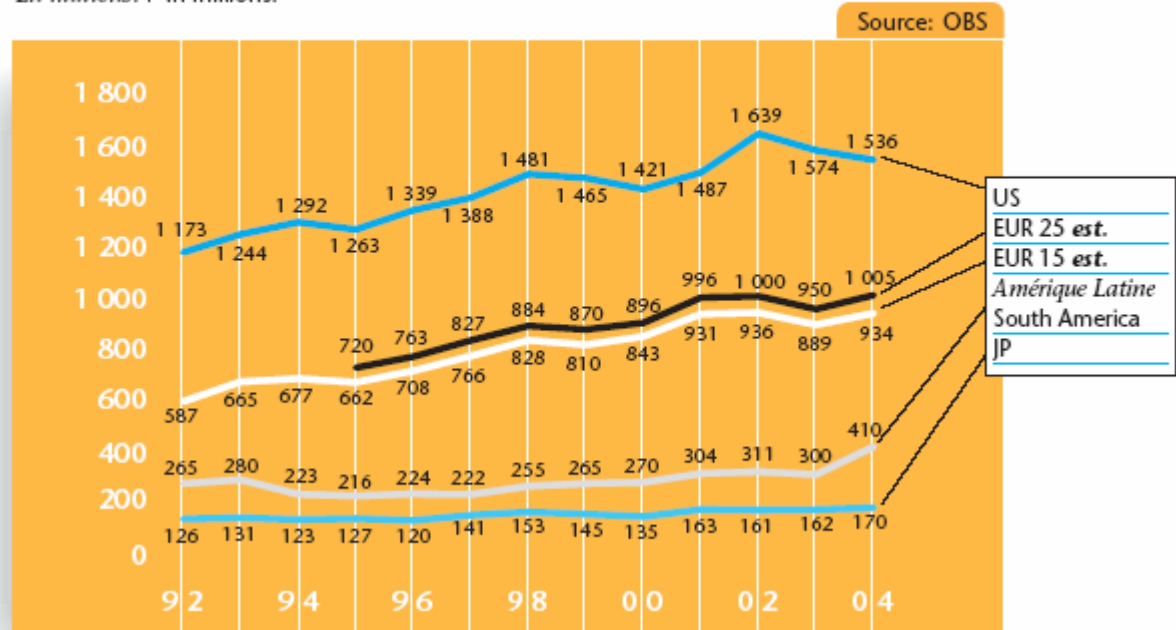


Abbildung 46: Weltzuschauerzahlen 1992-2004 (Quelle: Focus 2005: 8)

Die Grafik zeigt, dass der lateinamerikanische Binnenmarkt²⁸² an dritter Stelle hinter dem nordamerikanischen und dem europäischen liegt. Obwohl er im Vergleich lediglich etwas mehr als ein Viertel des größten Konkurrenten umfasst, handelt es sich um ein beachtliches Absatzgebiet, welches in 2004 geschätzte 410 Millionen Zuschauer jährlich umfasst.²⁸³ Der Markt zeigt seit einem beachtlichen Einsturz Mitte der Neunziger Jahre einen positiven und stetigen Aufwärtstrend, während der US-amerikanische Markt mit sinkenden Zuschauerzahlen zu kämpfen hat.

Der Markt für lateinamerikanische Filme ist ein Nischenmarkt, wie das Zahlenmaterial zeigen wird. Low-budget- oder No-budget-Produktionen sind hier vertreten. Der Begriff Nischenmarkt macht deutlich, dass dies ein Vorteil sein kann: Ein Nischenmarkt hat ein kleines Marktsegment, welches bei erfolgreicher Spezialisierung eine hohe Wirtschaftlichkeit mit geringen Umsätzen, aber beachtlichen Gewinnspannen erreichen kann. Ist der Traum eines Mainstreams der eigenen Art (siehe Kapitel 1) in diesem Zusammenhang erstrebenswert? Ist er erreichbar? Könnte eine umfassende Marktbearbeitung eine grundlegende Änderung bringen? Sollte eine Ausweitung des Nischenmarkts bis hin zum Erreichen eines Massenmarktes Ziel sein? Oder sollte nur eine weitere Spezialisierung und Ausweitung der Gewinnmarge erfolgen? Mit anderen Worten: In welche Richtung soll/kann/wird es gehen? Beleuchtet werden die wichtigsten drei Regionen für lateinamerikanische Produktionen: der eigene Binnenmarkt, die USA und Europa inklusive Spanien.

²⁸² Der Begriff *Amérique Latine* ist in der Grafik fälschlicherweise mit South America übersetzt worden, obwohl von Lateinamerika die Rede ist. Die korrekte Bezeichnung wäre Latin America.

²⁸³ Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (http://www.obs.coe.int/online_publication/expert/filmdistribution_mif2005.pdf de S. 3).

4.1.1 Im eigenen Binnenmarkt

Das enorme Potential des Binnenmarktes wird von den Lateinamerikanern nur zu einem geringen Anteil genutzt: Weite Teile des Kontinents sprechen eine Sprache, teilen bestimmte Identitätsvorstellungen und kämpfen mit ähnlichen politischen, sozialen und wirtschaftlichen Problemen (siehe Kapitel 3). Ein entsprechendes Angebot an großteils sehenswerten Filmen ist zudem vorhanden. Allein auf dem Filmfestival in Havanna werden jährlich genug Spielfilme aus der Region uraufgeführt, um die Kinoprogramme abwechslungsreich zu füllen und wöchentlich zu ändern: Das Angebot ist ausreichend und eine Masse an Kinozuschauern vorhanden.

		Argentine Argentina	Brésil Brazil	Chili Chile	Colombie Colombia
<i>Habitants 2003 (millions)</i>	<i>Inhabitants 2003 (millions)</i>	38,4	178,5	15,8	44,2
<i>PIB 2003 (milliards USD)</i>	<i>GDP 2003 (USD billions)</i>	130	492	75	79
<i>Ecrans 2003</i>	<i>Screens 2003</i>	1 003	1 997 ⁽¹⁾	262	314
<i>Entrées 2004 (millions)</i>	<i>Admissions 2004 (millions)</i>	41,4	114,7	11,9 ⁽²⁾	17,5 ⁽²⁾
<i>Entrées/habitant 2004</i>	<i>Admissions/inhabitant 2004</i>	1,1	0,6	0,8 ⁽²⁾	0,4 ⁽²⁾
		Mexique Mexico	Pérou Peru	Uruguay Uruguay	Vénézuéla Venezuela
<i>Habitants 2003 (millions)</i>	<i>Inhabitants 2003 (millions)</i>	103,5	27,2	3,4	25,7
<i>PIB 2003 (milliards USD)</i>	<i>GDP 2003 (USD billions)</i>	626	61	11	95 ⁽¹⁾
<i>Ecrans 2003</i>	<i>Screens 2003</i>	3 197	199	74	349
<i>Entrées 2004 (millions)</i>	<i>Admissions 2004 (millions)</i>	164,0	9,8 ⁽²⁾	2,2 ⁽²⁾	10,0 ⁽²⁾
<i>Entrées/habitant 2004</i>	<i>Admissions/inhabitant 2004</i>	1,6	0,4 ⁽²⁾	0,6 ⁽²⁾	0,4 ⁽²⁾

(1) 2002 (2) 2003 (3) 2004

Abbildung 47: Der Filmmarkt in acht Ländern Lateinamerikas (Quelle: Focus 2005: 16)

Von dem in 2004 auf 410 Millionen Zuschauer geschätzten gesamtlateinamerikanischen Markt kommen zwei Drittel der Zuschauer allein aus Mexiko und Brasilien sowie ein Zehntel aus Argentinien. In Mexiko erhöhen sich die Besucherzahlen stetig. Nach einem kurzfristigen Abfall in 2003 steigen sie in 2004 um 20 %: Insgesamt 164 Millionen Eintrittskarten werden verkauft. Dies stellt einen Wert von 5.420 Millionen Pesos (circa 413 Millionen Euro) dar. Davon ausgehend, dass nationale Produktionen im Durchschnitt weniger als 10 % der Zuschauer erreichen (INEGI 2003: 24), bleibt mexikanischen Filmen jedoch lediglich ein Kinoumsatz von circa 40 Millionen Euro, in 2004 sind es sogar nur ca. 20 Millionen. Schon an diesem simplen Rechenbeispiel für den besten Ländermarkt in Lateinamerika wird deutlich, warum Filme mit einem Budget über 5 Millionen Euro in Lateinamerika bei bleibenden Marktbedingungen im eigenen Markt keine Chancen auf einen monetären Gewinn haben, selbst wenn sie die Geldgeber dazu finden würden. Die mexikanische Filmindustrie hat in 2004 trotz des Anstieges an Kinogängern Mühe, Zuschauer für ihre Produkte zu finden. In 2004 erreichen lediglich 18 mexikanische Filme die Leinwand und verbuchen mit 8 Millionen Eintrittskarten nur etwas 5 % der Zuschauer. Dabei hat Mexiko im internationalen Vergleich ein selbstbewusstes Publikum, welches durchaus auch eigene Filme anschauen möchte. Mexiko ist zudem mit einem Quotienten von 1,6 Eintrittskarten pro Einwohner im 8-Länder-Vergleich das Land, in welchem proportional die meisten Menschen ins Kino gehen. In Kolumbien liegt dieser Wert bei nur 0,4. Hier werden kolumbianische Filme im Vorhinein negativ bewertet. Julio Luzardo gibt an, dass in den letzten zehn Jahren kein nationaler Film mehr als 700.000 Zuschauer in Kolumbien verzeichnete. In Kolumbien umfasst der über die Jahre hinweg leicht nach unten tendierende

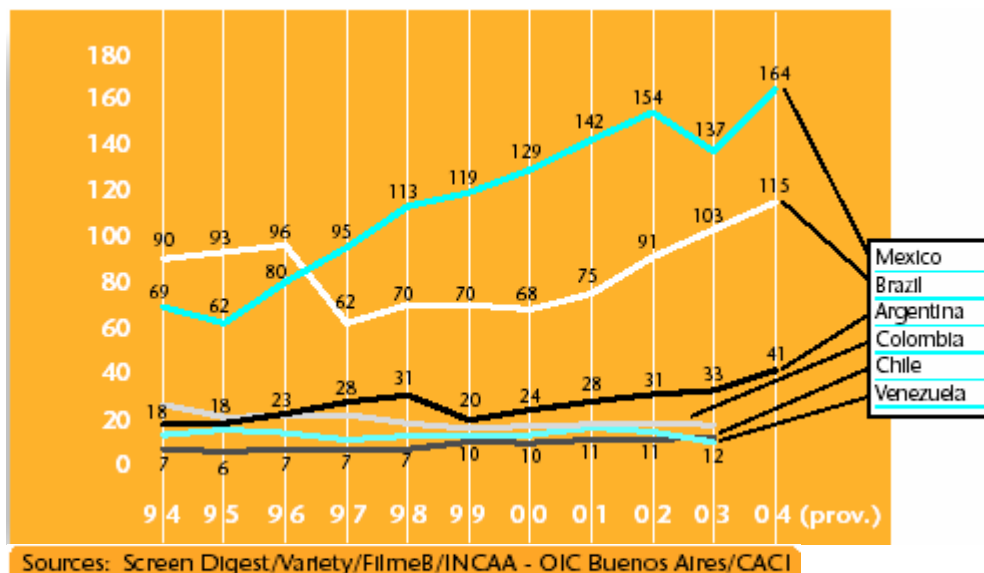


Abbildung 48: Kinobesucher in acht Ländern Lateinamerikas von 1994-2004 (Millionen; Quelle: Focus 2005: 17)

Gesamtkinomarkt in 2004 circa 61,5 Millionen Euro Eintrittsgelder. Im ersten Halbjahr 2005 war die Tendenz weiter fallend (minus 16 % laut Luzardo 2005: 1). Die möglichen Gründe hierfür sind bekannt:

Las razones son muchas, entre las cuales se pueden culpar los altos costos de ir a cine hoy en día, el bajo poder adquisitivo del Colombiano, la variedad de oferta de entretenimiento como los video juegos, los Home Theaters, la televisión satelital y, sobre todo, la piratería que cada día le roba más entradas a las salas de cine. Es alarmante ver que películas como La Interprete y La Guerra de los Mundos, que no se han estrenado todavía en el país, se encuentran a la venta en todas partes sin ningún control de las autoridades. (Luzardo 2005: 1)

Umso bedeutender ist es, das bestehende Publikum zu halten und den kleinen, aber vorhandenen Markt zu sichern. Ebenso wichtig ist es für Kolumbien und alle Länder im Binnenland, den Markt über die nationalen Grenzen hinaus zu erweitern, auch wenn es eine beachtliche Herausforderung ist. Fast scheint es, als sei es einfacher, einen kolumbianischen Film in den USA und Europa zu zeigen als in Chile, Argentinien oder Mexiko. Im Jahr 2004 kommt in Kolumbien nur ein umstritten als national klassifizierter Spielfilm in die Kinos (*María llena eres de gracia*, Joshua Marston). Er verzeichnete laut imdb bis Juni 2004 knapp 120.000 Zuschauer. Die Koproduktion mit den USA ist von den nordamerikanischen Unternehmen HBO und Fine Line finanziert, produziert und verliehen. Die Regie führt der US-Amerikaner Joshua Marston, welcher auch das Drehbuch verfasst hat. Kolumbianisch sind einige Schauspieler und das Thema, welches 1989 bereits von Ciro Durán in einer rein kolumbianischen Produktion mit dem Titel *Nieve Tropical* behandelt wurde. Wie *Nieve Tropical* floppt *María llena eres de Gracia*, bevor er nach einer Oscarnominierung, vielen internationalen – vorwiegend nordamerikanischen – Preisen und einer umfangreichen Werbekampagne erneut und diesmal erfolgreicher in Kolumbien in die Kinos kommt.²⁸⁴ *María llena eres de Gracia* spielt allein in den USA 6,5 Millionen Dollar ein und hat über 250.000 Zuschauer in Europa.²⁸⁵ Dennoch ist er in anderen lateinamerikanischen Ländern kein Erfolg. Es ist unwahrscheinlich, dass der Film für diesen

²⁸⁴ Für eine Aufzählung der Preise siehe www.mariafullhofgrace.com und www.imdb.com/title/tt0390221/.

²⁸⁵ Lumiere Datenbank: http://lumiere.obs.coe.int/web/search.php?lang=DE&search=Mar%C3%ADa+llena+eres+de+Gracia&production_year_begin=&production_year_end=&exhibition_year_begin=&exhibition_year_end=&search_dir=&country_iso=&chercher=Suche, letzter Zugriff: 05.10.2005.

Markt nicht tauglich ist, wenn er sowohl im eigenen als auch im europäischen und im nordamerikanischen mit relativem Gewinn gezeigt wurde. Vielmehr scheint dieser Film eines der Beispiele dafür zu sein, dass der lateinamerikanische Binnenmarkt nicht für eigene Produktionen entwickelt ist. Die lateinamerikanischen Absatzkanäle für den Kinomarkt fehlen ebenso wie eine positive Zuschauerbeeinflussung durch eine dauerhaft wirksame Kommunikationspolitik.

Kuba ist in obigem Datenmaterial nicht enthalten. Zum einen sind genaue Zahlen für Kuba schwer zu erhalten und zum anderen – selbst wenn sie vorhanden wären – wegen der verschobenen Angebot- und Nachfragestruktur des Landes sowie der differenzierten Preispolitik schwer zu interpretieren. Da Kultur im Rahmen des Möglichen auf Kuba weiter subventioniert wird und ein Schwerpunkt auf die gemeinsame lateinamerikanische Identität gelegt wird, haben Filme des Binnenmarktes große Chancen, hier gezeigt zu werden. De facto werden die meisten Filme der Region in Havanna uraufgeführt. In 2002 kommen lediglich 21 % der auf Kuba gezeigten Filme aus den USA und über 30 % der Filme sind eigene Produktionen (Alanís/Robledo/Said 2003). Der mögliche monetäre Gewinn aus diesem Markt ist aufgrund genannter Gründe und der Finanzschwäche der kubanischen Zuschauer jedoch vernachlässigbar. Vielmehr kann Kuba als Plattform zur Bekanntmachung eines Filmes und zur Vorbereitung des Kinostartes in anderen Ländern genutzt werden.

Als Positivbeispiele für Filme, welche rentabel und national erfolgreich waren, können unter anderem *Amores Perros*, *Diarios de Motocicleta* (internationale Koproduktion), *Sexo, Pudor y Lágrimas* (Mexiko), *Todo el Poder* (Mexiko), *La estrategia del Caracol* (Kolumbien), *El Chacotero Sentimental* (Chile), *El Hijo de la Novia* (Argentinien) sowie *Manuelita* (Argentinien) genannt werden. Diese Filme zeigen, dass lokale Produktionen Zuschauer anziehen können, wenn sie am Thema des Filmes interessiert sind und der Kinostart entsprechend vorbereitet wird. *Diarios de Motocicleta* hat Erfolg, weil das Konzept rundum stimmt. Die bekannten Namen und die Filmerfahrung des Regisseurs Walter Salles sowie des ‚executive producers‘ Robert Redford helfen dem Film ebenso wie die Starbesetzung (Gael García Bernal) und die Anlehnung an das Leben der Kultfigur Ernesto ‚Che‘ Guevara. Auch wird er in allen an der Produktion beteiligten insgesamt sieben Ländern im Kino gezeigt. Bei *Amores Perros* stimmt das Grundkonzept ebenfalls. Es richtet sich an Angehörige der Mittelklasse, löst bei ihnen mit bekannten Bildern sowie globalen Motiven Betroffenheit aus und scheint dennoch mit der Darstellung eines fremden Mexiko zu faszinieren.

Die Hürden im eigenen Binnenmarkt sind vielfältiger Natur. Ein Problem ist, das Publikum an nationalen Produktionen und solchen aus den umliegenden Ländern zu interessieren, wie *María Ilena eres de gracia* zeigt. Obwohl die Größe des eigenen Binnenmarktes vielversprechend ist, machen Lateinamerikaner hier zu wenig Profit. Die Akzeptanz der Zuschauer gegenüber eigenen und lateinamerikanischen Produkten ist nicht so hoch wie gegenüber nordamerikanischen Produkten. Es bestehen theoretisch Chancen, den Binnenmarkt mehr zu nutzen, wenn die Präferenzen der Zuschauer positiv beeinflusst werden können. Der eingeschränkte Etat für Kommunikationspolitik, unter anderem Werbung, erschwert jedoch eine langfristige, nicht auf Einzelwerke bezogene Beeinflussung dieser Einstellung. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Ergebnisse einer lateinamerikanischen Meinungsumfrage von 1999. Hiernach bevorzugen 77 % der Befragten

US-amerikanische Filme vor Filmen aus allen anderen Ländern. Die Bevorzugung US-amerikanischer Produkte liegt höher in den jüngeren Altergruppen, vor allem den männlichen, sowie bei Zuschauern, welche die englische Sprache verstehen, und in höheren sozialen Klassen. Genau diese Zuschauergruppen sollte die Kommunikationspolitik anvisieren, um einen positiven Wechsel einzuleiten.

Demographic Characteristic	% prefer movies from Hollywood
Country	
Brazil	85%
Argentina	82%
Chile (Santiago)	83%
Colombia	78%
Peru (Lima)	78%
Venezuela (Caracas)	71%
Mexico	66%
Age/Sex	
Male 12-19 years	78%
Male 20-24 years	80%
Male 25-34 years	79%
Male 35-44 years	79%
Male 45-54 years	76%
Male 55-64 years	66%
Female 12-19 years	79%
Female 20-24 years	75%
Female 25-34 years	73%
Female 35-44 years	73%
Female 45-54 years	71%
Female 55-64 years	67%
Socio-economic Level	
Level A (top 10%)	82%
Level B (next 20%)	79%
Level C (next 30%)	76%
Level D (bottom 40%)	70%
Comprehension of spoken English language	
Very good	82%
Some	80%
Very little	77%
Not at all	69%
TOTAL	77%

Tabelle 4: Zuschauerpräferenzen einer lateinamerikanischen Meinungsumfrage (TGI Latina)²⁸⁶

Die Umfrage bezieht sich nicht auf Kuba, welches mit anderen Problemen als den heimatlichen Zuschauern zu kämpfen hat. In Mexiko, welches wie erwähnt in den letzten sechs Jahren, von einem Tief in 2004 abgesehen, sein heimatliches Publikum zurückerobern konnte, ist diese Prozentzahl geringer als in anderen Ländern. Dies kann an der ausgebildeteren Filmindustrie und dementsprechend größeren Auswahl an eigenen Filmen liegen. Auch die politischen Umwälzungen um den Jahrtausendwechsel beeinflussen das kreative Schaffen und die Ausdrucksweise der Filmschaffenden positiv, sodass die durchschnittliche Qualität der Filme steigt. Kolumbien liegt im traurigen Mittelfeld der Länder, welche ausländische Produkte, sei es aus Europa oder den USA, den eigenen vorziehen.

²⁸⁶ TGI Latina (*Target Group Index* in Lateinamerika) ist eine Marktforschungs-Studie, welche harmonisiertes Datenmaterial zu Produktnutzen, Medienkonsum und Einstellungen in den Ländern Argentinien, Brasilien, Chile, Ecuador, Kolumbien, Mexiko, Peru und Venezuela liefert. Mit 72.000 Befragten verfügt TGI Latina über umfassendes Material, welches es an Medienanbieter verkauft. Bei der hier zitierten Umfrage wurden Personen zwischen 12 und 64 Jahren, welche angaben, in den letzten sechs Monaten im Kino gewesen zu sein, befragt. (Zitiert von ‚Hollywood Inc., Latin America‘ <http://www.zonalatina.com/Zldata155.htm>, letzter Zugriff: 20.05.2005)

Die Versuche, die Markthürden zu überwinden, sind bisher ungenügend. Bestrebungen, im eigenen Binnenmarkt organisiert zu arbeiten und Symbioseeffekte zu nutzen, sind nur vereinzelt existent. Kurz- und mittelfristige Bemühungen machen Investitionen in die Filmindustrien langfristig nicht rentabel. Die wenigen vorhandenen internationalen lateinamerikanischen Akteure, wie die staatliche CACI (siehe Kapitel 3) oder der Zusammenschluss lateinamerikanischer Produktionsfirmen FIPCA (*Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales*), sind mit ihren Aktivitäten im Anfangsstadium oder nur virtuell existent. Vorhandene Schutzmechanismen beziehen sich auf Produktionen des eigenen Landes und umfassen nicht den eigenen internationalen Binnenmarkt. Wie am Fall Argentinien, Kuba und Mexiko gezeigt werden kann, können lokale Gesetzgebungen und Fördermittel sowie die Größe der eigenen Filmindustrie positiven Einfluss auf das nationale Filmschaffen haben und einen positiven Trend bewirken. Die Anzahl der neuen Produktionen und Vorführzahlen für nationale Filme kann in direktem Zusammenhang zu dem jeweiligen politischen und ökonomischen Klima gesetzt werden. In Argentinien und Mexiko liegt die Prozentzahl der vorgeführten nationalen Produktionen deutlich höher als in den anderen Ländern des Binnenmarktes, wenn auch weit hinter der Anzahl vorgeführter nordamerikanischer Hollywoodfilme. Die Ausweitung der positiven Einflussfaktoren könnte relativ kurzfristig die Anzahl der vorgeführten Binnenmarktfilme vervielfachen. Wie von Regisseuren und Filmschaffenden jedoch beklagt wird, sind Schutzmechanismen der Filmindustrie für die jeweiligen Regierungen keine Priorität:

La dimensión regional sigue siendo indispensable. La razón de disponer de nuestro propio mercado es una asignatura pendiente. Un mercado latino para el cine latino ofrece más posibilidades de comunicación que el de Europa para los cineastas europeos. A los gobiernos no les interesa hacer visibles a nuestros países, les basta con sonreírles a las transnacionales. Pero a los cineastas les resulta indispensable la visibilidad del Continente.²⁸⁷ El cine no tiene por que ser un lujo para países pobres. Julio García Espinosa.

Die häufig mangelnde Unterstützung der Regierungen beruht nicht, wie Espinosa zu suggerieren scheint, ausschließlich auf dem Unwillen der Regierungen. Die Schuldensituation der Länder und ihre wirtschaftliche Abhängigkeit von den Industrienationen haben einen negativen Einfluss auf ihre Verhandlungsposition für Wirtschaftsabkommen.

Die US-amerikanische Marktdominanz von Vertriebskonzernen, Kinoketten und Filmproduktengruppen ist langsam gewachsen. Ihre Bestrebungen sind auf die Platzierung von Hollywoodfilmen ausgerichtet. Die Verleihstrukturen verpflichten Kinos, ganze Pakete abzunehmen und langfristige Verträge einzugehen. Der Markt ist in diesem Sinn nicht schnelllebig. Zudem sind die US-Amerikaner Technologie- und Innovationsführer, weil sie ihre Gewinne rückinvestieren und einzelne Verluste verwinden können. Diesen Tatsachen sind kurzfristig nicht umzuwerfen. Entscheiden sich die Lateinamerikaner dementsprechend im Binnenmarkt momentan für die Nische und nicht für den Ausbau zum Massenmarkt, so liegen die Gefahren der Nische darin, dass kleine Filmunternehmer dem Konkurrenzdruck der Großen nicht lange standhalten können. Jede ihrer Produktionen muss Erfolg haben, damit die Produktionsfirma überleben kann. Das zur Verfügung stehende Kapital ist gering. Die Kapazitäten für ein gezieltes, umfangreiches und langfristiges Management sind nicht vorhanden und ein Missmanagement eine drohende Folge.

²⁸⁷ Julio García Espinoza ‚Lo nuevo en el Nuevo Cine Latinoamericano‘ in: *MIRADAS* (Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, Cuba), Año 1, Nro.1, 2002, http://www.eictv.org/miradas/num_01/ojo_03.htm, letzter Zugriff: 20.05.2005.

Es liegt an den Lateinamerikanern, sich der Nachteile der Nische bewusst zu sein, um Fehler zu vermeiden und ihre Vorteile für sich zu nutzen. Das ‚Leistungsspektrum‘ oder die ‚Produktmerkmale‘ der Filme können stärker differenziert werden, sodass neue Zuschauersegmente erschlossen werden können. Das dringend benötigte Wachstum kann in Regionen erfolgen, in denen die Nische noch nicht besetzt ist, zum Beispiel durch die Aufführung von kolumbianischen Filmen in Mexiko. Grenzüberschreitungen lohnen sich: Gerade die Grenzräume sind ein kreatives Gestaltungsgebiet, in denen das Neue in Sichtweite kommt und Verbindungen geschaffen werden. Lateinamerikaner können ihren Nischenmarkt stärken und ihre Vertriebswege ausbauen. Alternative Vertriebswege sind z.B. der Verleih durch weiterhin bestehende und unabhängige kleine regionale (Kult-)Kinos. Auch die von den Kommunen finanzierten Kinos sind Abnehmer für Einzelfilme. Andere Kultureinrichtungen wie staatliche Film Institute, -schulen, -museen und -archive unterhalten ebenfalls ihre eigenen Vorführräume. Ein anderer Weg, welchen viele unabhängige, internationale Koproduktionen in den letzten Jahren gegangen sind, ist, US-amerikanische Vertriebswege, d.h. Verleiher für sich zu gewinnen. Die Verleiher platzieren die Filme in den kleineren Kinos ihrer Multiplexe, um sich mögliche Gewinne aus dem Nischenmarkt nicht entgehen zu lassen. Die Strategie der Lateinamerikaner ist einfach: Sie versuchen, Ressourcen anderer Unternehmen (in diesem Fall Hollywood-Produzenten und Verleihketten) für die eigenen Zwecke zu nutzen, und suchen sich große Partner, in deren ‚Kielwasser‘ sie ihre Produkte entwickeln und vertreiben können. Als kleine Unternehmen müssen sie in ihrem Umfeld flexibel sein. Da sie nicht alles selbst entwickeln können, müssen sie es vor allem verstehen, die Technologien anderer Unternehmen für sich zu überprüfen und gegebenenfalls zu nutzen. So hat die Verbreitung des DV-Formates den Lateinamerikanern viele Vorteile gebracht. Sie macht die Produktionsphase billiger und gibt ihr mehr Spontaneität, da der Druck, teures Filmmaterial zu verschwenden, genommen wird. Filmschaffende können in der Nische erfolgreich sein, wenn sie sich auf eine einzigartige Leistung spezialisieren und sicherstellen, dass ihr Kulturprodukt über einen längeren Zeitraum einmalig bleibt. Dazu gehört nicht nur das Thema und die Machart ihrer Filme, sondern auch die Absicherung der Lizenz- und Urheberrechte, um z.B. ein schnelles Hollywoodremake und die Verbreitung von Raubkopien zu verhindern. Ideal ist die Entwicklung von Systemlösungen, d.h. Verknüpfungen mit anderen Filmunternehmungen, damit aus Einzelproduktionen zum ‚Filmboom‘ werden können, der werbewirksame Assoziationsketten hervorruft, die Zuschauereinstellung positiv beeinflusst und dem Marketing einen Symbioseeffekt liefert.

Auch eine Intensivierung der Zusammenarbeit im Bereich der binnenmarktlichen Koproduktionen könnte die vorhandenen Zuschauergruppen für nationale Filme aktivieren. Bisher ziehen lateinamerikanische Produzenten finanzstarke Nationen wie europäische Länder oder die USA als Koproduktionspartner vor. Würden sie untereinander mehr koproduzieren, wären diesen Filmen mehr Ländermärkte innerhalb Lateinamerikas offen. Dies würde zusätzlich zu einer Stärkung des Binnenmarktes beitragen. Ich denke daher, dass der Traum eines Mainstreams der eigenen Art im Binnenmarkt nicht utopisch sein muss, wenn er über die Nische entwickelt wird. Eine umfassende Marktbearbeitung könnte dann langfristig analog zu Bollywood eine grundlegende Änderung vom Nischenmarkt in den Massenmarkt bringen.

4.1.2 In den USA

Der gesamte nordamerikanische Markt wird 2004 auf 1.666 Millionen verkaufte Eintrittskarten geschätzt (Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, focus 2005: 3). Er ist somit hinter Asien (mit 6.070 Millionen Kinobesucher in 2004) der zweitgrößte der Welt. Die USA schaffen es, die Nachfrage in ihrem Markt zum großen Teil durch eigene Produktionen zu befriedigen. Es herrscht ein sehr günstiges Klima für die Entwicklung der eigenen Kinematographie. Die USA haben damit einen klaren Vorteil gegenüber den meisten anderen Ländern: Sie sind nicht auf Importe angewiesen. Bemerkenswerterweise produziert die USA in 2004 mit insgesamt 611 fertiggestellten Filmen quantitativ weniger als Europa (764) oder Indien (877) (focus 2005: 20). Ihr Ausschuss ist schmaler als in anderen Regionen, von den 611 Filmen werden 475 uraufgeführt. Nur etwa 2 % des nordamerikanischen Kinomarktes fallen auf ausländische, nichteuropäische oder kanadische Filme, entsprechend gering ist ihr Anteil an rein lateinamerikanischen Produktionen.

Latinos sind die am schnellsten und stärksten wachsende Bevölkerungsgruppe in den USA. Das Gleiche gilt für den Latinomarkt. 2050 werden Hochrechnungen zufolge 96,5 Millionen Latinos in den USA leben und damit ein Viertel der Gesamtbevölkerung ausmachen. Dem lateinamerikanischen Film zum Nachteil kann selbst der Latinokinomarkt vorwiegend durch Koproduktionen mit lateinamerikanischen Ländern und eigene Produktionen befriedigt werden. Die Koproduktion *Diarios de Motocicleta* hat in den USA mehr als 2,5 Millionen Kinozuschauer verzeichnet. Andere Filme wie *Y tu mamá también* (circa 2,2 Millionen Zuschauer) und *Cidade de Deus* (über 1,2 Millionen Zuschauer) haben im Verhältnis zu ihrem Budget ebenfalls sehr gute Ergebnisse erzielt. Eigene Produktionen sind zum einen Filme aus Hollywood, Indieproduktionen für den Latinomarkt sowie von Latinos gedrehte Filme. Hollywood-Produktionen differenzieren Lateinamerikaner nicht von Spaniern oder US-amerikanischen Latinos wie den Chicanos (mexikoabstämmige US-Amerikaner). Die Darstellung von Latinos im Hollywood-Film wurde bis in die 1990er Jahre vorwiegend durch stereotypische Vorstellungen bestimmt und Bilder wie die des ‚Latin Lovers‘ als Verkaufsargument genutzt. Produktionen für den Latinomarkt sind Filme mit dem spanischen Schauspieler Antonio Banderas wie z.B. der Klassiker *The Mambo Kings* (Arne Glimcher, USA/Frankreich 1992) über zwei kubanische Emigranten oder *Evita* (Alan Parker, USA 1996) über die argentinische Ikone. Filme mit Jennifer Lopez wie *Selena* (Gregory Nava, USA 1997) oder *Made in Manhattan* (Wayne Wang, USA 2002) sprechen die überwiegend der unteren Schicht angehörende Latinogruppe ebenfalls an. Der Stoff dieser Filme könnte ebenso einer Telenovela entspringen: Der Politiker verliebt sich in das Dienstmädchen, weil er sie verwechselt und für ebenbürtig hält (*Made in Manhattan*), und die hochbegabte Selena schafft die Erfüllung des amerikanischen Traumes durch ihren Erfolg als Sängerin (*Selena*). Vorteil dieser romantischen Komödien ist, dass sie nicht nur die Latinos ansprechen, sondern durch die einfachen Grundmuster ebenfalls für das nordamerikanische Mainstream-Publikum attraktiv sind. Die Erfolge von Schauspielerinnen wie Salma Hayek, aber auch von Filmen wie *Traffic* oder *Frida* (Julie Taymor, USA 2002) belegen, dass Latinos im Mainstream der amerikanischen Kultur angekommen sind. Als Indieproduktionen können die ersten Filme von Robert Rodríguez genannt werden. Bereits mit seinem ersten Spielfilm *El Mariachi* (USA/Mexiko 1992) wird der Chicano zweiter Generation in den USA bekannt. In seinem komisch-tragischen Actionfilm gerät ein namenloser wandernder Musiker durch eine Verwechslung mit dem Auftragsmörder Azul in Konflikt mit dem örtlichen Gangsternboss Moco. Dennoch ist *El Mariachi* nicht stereotyp:

Rodríguez möchte erklärterweise das zu der Zeit vorherrschende US-amerikanische Bild der Latinos korrigieren und seine Bilder in den Kulturbetrieb einbringen.²⁸⁸ Neben der Originalität des Filmes bleibt das Bemerkenswerteste am Film sein Budget von nur 7.000 Dollar. Doch der Mariachi kommt nach Hollywood: Die Fortsetzungen dieses Films zeigen, dass ein höheres Budget nicht unbedingt ein qualitativ besserer Ergebnis bringt, aber durch Starbesetzung, Filmeffekte und Werbekampagnen durchaus mehr Zuschauer anziehen kann.²⁸⁹ Rodríguez' Filme fallen gleichzeitig in die Kategorie der Chicano-Filme bzw. US-Latino-Filme. Seit den späten 1960er Jahren versuchen die vorwiegend von Mexikostämmigen Regisseure gemachten Filme, den Bildern von Latinos im Hollywood-Kino ‚eigene‘ und positivere Darstellungsformen entgegenzusetzen. Entsprechend richteten politisch engagierte Filme aus den 1960er und 1970er Jahren, wie etwa die von Luis Valdéz, den Blick nicht nur auf die desolate Situation von mexikanischen Landarbeitern in den USA, sondern auch auf die mexikanische Vergangenheit des Südwestens der USA und auf präkolumbische Traditionen. In späteren Filmen, hier sind besonders die Arbeiten des Regisseurs Gregory Nava zu nennen, rücken die illegale Einwanderung und die Grenze zwischen Mexiko und den USA thematisch in den Mittelpunkt. Mit dem gestiegenen Selbstbewusstsein in den 1980er und 1990er Jahren werden auch Gang-Filme, Musicals und selbstironische Komödien Bestandteil des künstlerischen Schaffens von Regisseuren, die sich als Latinos definieren.

Von den 475 uraufgeführten Filmen in 2004 werden 199 von den großen Hollywood-Filmstudios, den Majors und MPAA-Mitgliedern, vertrieben, während die restlichen 276 von unabhängigen Firmen, den Independents, verliehen werden (Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, focus 2005: 20). Der große Anteil an unabhängigen Verleihern kommt lateinamerikanischen Filmen insoweit entgegen, als die meisten Nischenprodukte sind, welche geringe Chancen haben, von Majors akzeptiert zu werden. Nur wenige erfolversprechende oder bereits im ausländischen Markt erprobte Filme aus Mexiko, Argentinien und Brasilien werden von Majors als sogenannte *Pickups* vertrieben.²⁹⁰ Die Independents sind diejenigen, welche in diesem Marktsegment Erfahrung und Wissen haben. Der Kostenunterschied zwischen den Produktionen – ein Hollywoodfilm benötigt im Durchschnitt 98 Millionen US-Dollar, wovon 34,4 Millionen US-Dollar für Werbungskosten und Kopien ausgegeben werden – macht eine ganz andere Vermarktungsstrategie notwendig. Die Gefahr, dass die großen US-amerikanischen Konzerne zusammen mit den Independents den Nischenmarkt komplett befriedigen, halte ich für unwahrscheinlich. Zum einen ist die Akzeptanz der nordamerikanischen Zuschauer gegenüber lateinamerikanischen Produkten steigend. Zum anderen braucht der Massenmarkt Hollywood die verschiedenen Nischenmärkte ‚Avantgarde-Film‘, ‚ausländischer Film‘ etc. Von ihnen holt sich Hollywood billig neue Ideen, die in ihre Konzepte eingebracht werden können. Die US-Amerikaner sind bekanntlich besonders gut darin, andere Kulturen, Gebräuche und Ideen aufzunehmen, mit dem Bekannten zu kombinieren und sie in die eigene Massenkultur einzubetten. Eine gemeinsame amerikanische Identität, reduziert wie sie sein mag, macht die Verknüpfung

²⁸⁸ Siehe dazu Robert Rodríguez' Audiokommentar der Doppel-DVD *Desperado*/El Mariachi (1999, ASIN: 0767811054) und das Feature-Material.

²⁸⁹ Teil 2 (*Desperado*, USA/Mexiko 1995) hatte bereits das 1000-fache und Teil 3 (*Once upon a time in Mexico*, USA/Mexiko 2003) das 4000-fache Budget.

²⁹⁰ *Pickups* sind unabhängig produzierte Filme, die nach Fertigstellung durch den Distributionsarm eines Majors vertrieben werden (Blanchet 2003: 79). Eine Liste der von MPA koproduzierten und vertriebenen Filme findet sich auf der Homepage des Lateinamerikazweiges der MPA unter <http://www.mpa.org/mpaa%20Dal/co-prod%20chart%20web.htm>, letzter Zugriff: 1.07.2005.

einfacher. Die Vermischung findet sich bereits in den Koproduktionen: *Diarios de Motocicleta* sucht die (latein-)amerikanische Identität explizit. Auch das gewählte Genre des Road-Movies wird traditionell im amerikanischen Kino als Synonym für die amerikanische Kultur und das Bild von Amerika in der Welt gesehen. Der Film verbindet die vorrevolutionäre Suche des jungen Ernesto ‚Che‘ Guevara nach eigenen Wurzeln mit einer wunderschön bebilderten Reise über die Anden der 1950er Jahre. Das gezeigte Lateinamerika unterscheidet sich in vielen Aspekten vom heutigen nicht und weist Ähnlichkeiten zu den Regionen um die Gebirgsketten Nordamerikas auf.²⁹¹ *Cidade de Deus* ist nicht vom Thema, aber von der Machart her Mainstream. Er teilt die in den USA bekannte Ästhetik. In diesem Sinn hat er Ähnlichkeiten mit *Amores Perros*, welcher verschiedene Stile und Filmmaterialien zu einem dynamischen und ‚popigen‘ Mix vereint. Der mexikanische *Y tu mamá también* benutzt wie *Diarios de Motocicleta* das Vehikel des Road-Movies, um seine Zuschauer mit touristischen Bildern zu faszinieren und dabei universale Themen zu bearbeiten. Zusätzlich hat Mexiko in den USA als Nachbar und Teil der US-amerikanischen Geschichte und Gegenwart eine Sonderstellung.

Um den nordamerikanischen Markt anzugehen, fehlt es an gemeinsamen lateinamerikanischen Strategien. Die Vertriebskanäle variieren von Film zu Film. Zwar versuchen die meisten Produzenten, an einen der großen Verleihe heranzukommen, doch das gelingt in den wenigsten Fällen. Mögliche Symbioseeffekte der lateinamerikanischen Filmprodukte werden nicht genutzt. Es gibt US-amerikanische Marketingagenturen, welche sich auf den Latinomarkt spezialisiert haben. Potenzielle Zuschauer für diese Filme sind jedoch neben der Latino-Bevölkerungsgruppe auch die Arthouse-Kinogänger sowie in wenigen Fällen die Masse der Mainstream-Konsumenten. Die Vermarktung der Produkte müsste alle Zuschauergruppen abdecken.

Auch in den USA sind lateinamerikanische Filme ein Nischenmarkt und werden es in naher Zukunft bleiben. Allerdings ist mit der Erkenntnis der permanenten Weiterentwicklung von Marken und Märkten festzustellen, dass Nischen sich durchaus zu Massenmärkten weiterentwickeln und somit ein hohes Marktpotenzial haben können. Die Nachfrage in Nischen ist nicht stabil, sondern unterliegt denselben Gesetzmäßigkeiten wie der Massenmarkt. Dies kann eine langfristige Chance sein. Denn die Folge ist, dass aus einem Nischenmarkt ein Massenmarkt werden kann, vorausgesetzt die Organisation, in diesem Fall die Filmindustrien und ihre Teilnehmer, wächst mit und verkraftet das Wachstum. Die Vorteile der Nische sind die gleichen im eigenen Binnenmarkt wie auf dem US-amerikanischen oder europäischen Markt. Dennoch denke ich, dass trotz der positiven demokratischen Entwicklung in den USA lateinamerikanische Filme nicht zum Mainstream der eigenen Art werden. Eine Ausweitung der Gewinnmargen durch die Ansprache größerer Zuschauergruppen scheint jedoch möglich.

4.1.3 In Europa

Der gesamteuropäische Markt hat 2004 circa 1.005 Millionen Eintrittskarten verkauft (Europäische Audiovisuelle Informationsstelle focus 2005). 71,4 % davon sind Eintrittskarten zu US-amerikanischen Filmen, 26,5 % zu europäischen und nur 2,1 % zu Filmen aus anderen Ländern. Der Markt für asiatische, afrikanische, australische und

²⁹¹ Siehe als Beispiel die Einreise der beiden Protagonisten Ernesto und Alberto nach Chile (0:26'56"00).

lateinamerikanische Produktionen zusammen beträgt in 2004 dementsprechend 21,1 Millionen Zuschauer. Lateinamerikanische Filme dabei machen einen Gesamtanteil von 0,35 %, 3,5 Millionen verkauften Eintrittskarten oder 1 - 5 nennenswerten Filmen pro Jahr aus. Die Bedingungen der US-amerikanischen Dominanz sind damit ähnlich wie in den USA selbst, wie die folgende Abbildung der Marktverteilung veranschaulicht.

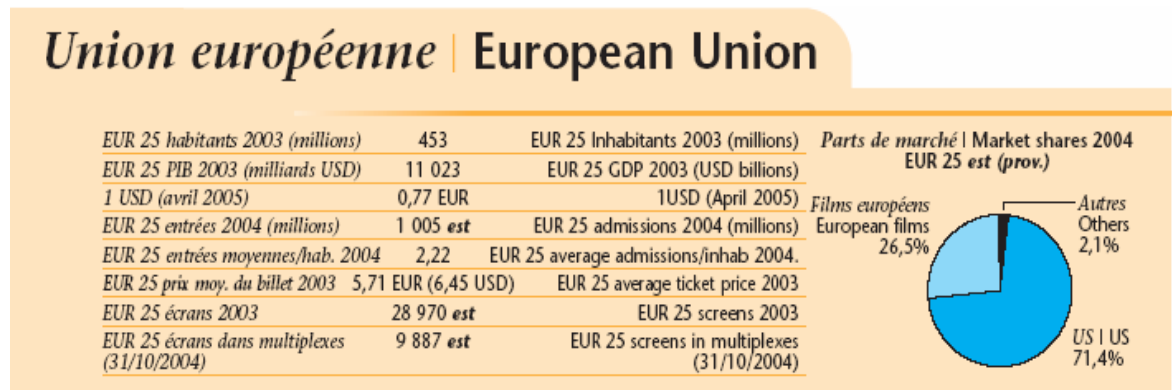


Abbildung 49: Die europäische Marktverteilung (Quelle: Focus 2004: 21)

Die folgenden nach Eintrittskarten bewerteten Top 20 von lateinamerikanischen Filmen zeigen, was dies bedeutet: Kein Film hat bis zum Jahr 2003 mehr als 2 Millionen Zuschauer in allen europäischen Ländern zusammen, 231.000 Zuschauer durchschnittlich. Diese Zahlen sowie die Ergebnisse aus 4.1.1 und 4.1.2 verdeutlichen, warum ein Großteil der lateinamerikanischen Filme weiterhin im Low-budget-Bereich – bis höchstens 5 Millionen US-Dollar – produziert werden.²⁹² Das Verlustrisiko für teurere Produktionen, welche mehr Zuschauer zur Amortisierung benötigen würden, ist zu hoch.

²⁹² Im Vergleich zu nordamerikanischen Durchschnittsendkosten von 120 Millionen US-Dollar pro Film wird dieser Budgetbereich z.T. sogar ‚no-budget‘ genannt.

The top 20 Latin American films by admissions in Europe | 1996-2003

	<i>Titre original</i>	<i>Nationalité</i>	<i>Année</i>	<i>Réalisateur</i>	<i>Entrées</i>
	Original title	Nationality	Year	Director	Admissions
1	Central do Brasil	BR / FR	1998	Walter Salles	1 921 536
2	El hijo de la novia	AR / ES	2001	Juan José Campanella	1 647 117
3	Cidade de Deus	BR / FR / US	2002	K. Lund & F. Meirelles	1 499 722
4	Y tu mamá también	MX / US	2001	Alfonso Cuarón	910 840
5	Amores perros	MX	2000	Alejandro González Iñárritu	782 458
6	Nueve Reinas	AR	2000	Fabian Bielnsky	745 489
7	Lista de espera	CU / ES / FR / US	1999	Juan Carlos Tabío	615 266
8	El mismo amor, la misma lluvia	AR	1999	Juan José Campanella	587 273
9	Manuelita	AR	1999	Manuel Garcia Ferre	564 065
10	El crimen del Padre Amaro	MX / ES	2002	Carlos Carrero	365 251
11	Almejas y mejillones	AR / ES	2000	Marcos Carnevale	326 450
12	La vida es silbar	CU / ES	1998	Fernando Pérez	294 058
13	Historias mínimas	AR / ES	2002	Carlos Sorin	247 228
14	Eu, Tu, Eles	BR / US	2000	Andrucha Waddington	180 696
15	Profundo carmesí	MX / ES / FR	1996	Arturo Ripstein	166 079
16	Samy y yo	AR	2002	Eduardo Milewicz	160 975
17	El coronel no tiene quien le escriba	MX / FR	1999	Arturo Ripstein	160 183
18	Plata quemada	AR / ES / FR / UY	2000	Marcelo Piñeyro	127 828
19	Apasionados	AR / ES	2002	Juan José Jusid	126 486
20	Garage Olimpo	AR / IT	1999	Marco Bechis	125 023

Source : OBS/LUMIERE

Abbildung 50: Die Top 20 der lateinamerikanischen Filme in Europa (Focus 2004: 16)

Die Größe und Organisiertheit der Filmindustrien spiegelt sich auch in ihrer Resonanz in Europa wider. Die Mehrzahl der Filme kommt aus Argentinien, Mexiko und Brasilien (von 1996 bis 2002 jeweils 33, 19 und 17 Filme). Die Position der ersten vier Länder ist von Jahr zu Jahr unterschiedlich und hängt von dem Einspielergebnis einzelner Filme ab. Der argentinische Film *El hijo de la novia* (2001, Juan José Campanella, koproduziert mit Spanien) lief in 2001 in Spanien sehr erfolgreich und bringt Argentinien an die Spitze, während *Cidade de Deus* in 2002 Brasilien auf den ersten Platz hebt. Insgesamt 91 lateinamerikanische Filme werden von 1996 bis 2002 in mindestens einem europäischen Land verliehen.²⁹³ Einige der Top-20-Filme werden in mehreren europäischen Ländern vertrieben. Filme aus Peru, Kolumbien, Chile und Uruguay hingegen werden überwiegend in einem Land (Spanien, Frankreich oder Italien; je nach Koproduktionspartner) vertrieben. In den in dieser Arbeit fokussierten Ländern verzeichnen die 4 Filme aus Kolumbien 88.000 Zuschauer, 6 Filme aus Kuba 841.000 Zuschauer, während 19 Filme aus Mexiko insgesamt 2.278.000 Zuschauer anziehen.

²⁹³ Europäische Audiovisuelle Informationsstelle 'Distribution on the European Union Market' http://www.obs.coe.int/online_publication/expert/disfilm_thessaloniki.pdf.en, S. 13, letzter Zugriff: 1.06.2005.

	AT	BE	DE	DK	ES	FI	FR	GB/IE	IT	NL	PT	SE	EUR 15
AR		13 982			3 581 855		335 874	89 484	100 324	30 519	n.c.		4 152 038
BO					13 126						n.c.		13 126
BR		69 612	320 734	24 046	248 955	11 551	740 653	216 184	338 592	72 528	3 295	33 021	2 079 171
CL					44 493		8 367		4 795		n.c.		57 655
CO					78 437		9 940		26		n.c.		88 403
CU	9 507	13 168	160 364	46	471 752		119 759	0	62 831	3 713	n.c.		841 140
DO		4 175			11 717						n.c.		15 892
JM								9 083			n.c.		9 083
MX	0	49 278	8 038	39 910	1 245 290		181 305	476 165	149 973	110 857	n.c.	17 324	2 278 140
PE					222 126				16 949	166	n.c.		239 241
UY										6 004	n.c.		6 004
Tot.	9 507	150 215	489 136	64 002	5 917 751	11 551	1 395 898	790 916	673 490	223 787	3 295	50 345	9 779 893

Tabelle 5: Europäische Distributionsländer und Anzahl der Eintrittskarten von zwischen 1996 und 2003 produzierten lateinamerikanischen Filmen (Quelle: Lumiere Datenbank)

Diarios de Motocicleta fehlt in den Abbildungen. Er würde die Darstellungen insofern verschieben, als er in 2003/2004 über 3,26 Millionen Menschen in Europa in die Kinos gezogen hat und damit an die Spitze der Top 20 gehört.

Im europäischen Markt ist die Differenzierung in verschiedene Länder notwendig und auch möglich, da durch Organisationen der Europäischen Union Zuschauerzahlen gesammelt und veröffentlicht werden. Spanien und Portugal haben ein anderes Verhältnis zu lateinamerikanischen Filmen als Deutschland oder England. Wie zu erwarten ist Spanien das Land mit den meisten Zuschauern für lateinamerikanische Filme. 57 % der gesamteuropäischen Eintrittskarten für Filme aus Lateinamerika werden dort verkauft. Frankreich und Italien mit ihren gemeinsamen romanischen Wurzeln sind weitere beachtenswerte Absatzmärkte, ebenso Deutschland und die Vereinigten Königreiche, welche über bessere Koproduktionsmöglichkeiten durch staatliche Fördergelder verfügen.

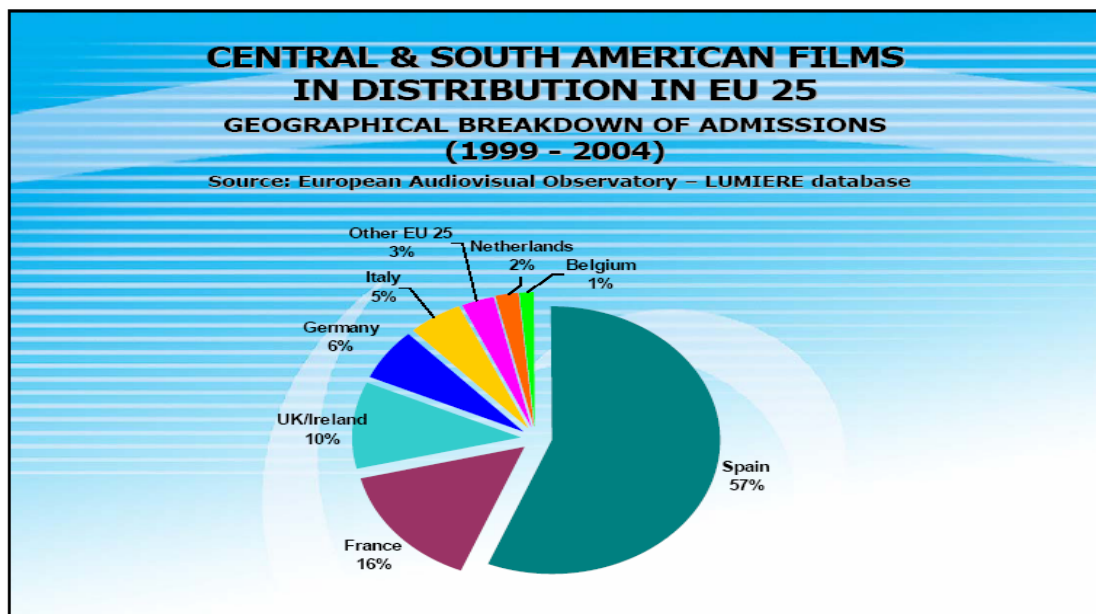


Abbildung 51: Eintrittskarten nach Ländern (Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle ‚Acces to the European Market for Non-european Films‘ http://www.obs.coe.int/online_publication/expert/filmdistribution_mif2005.pdf, S. 17, letzter Zugriff 1.06.2005)

In Deutschland wird Lateinamerika mit den Begriffen Wärme, rhythmische Musik, Leidenschaft und schöne Landschaften in Verbindung gebracht – mit Dingen also, die in unsere Sommerzeit passen. Erfolgreiche Filme wie *Y Tu Mamá También*, der neuere *Diarios de Motocicleta*, *Cidade de Deus*, *Central do Brasil* und *El Hijo de la Novia* bedienen jeweils mehrere dieser Vorstellungen. Die politische Bedeutung lateinamerikanischer Politdramen, die ihr Markenzeichen ab den 1970er Jahren waren, verblasst mittlerweile. Am deutschen Markt spezifisch ist, dass viele der in Deutschland gezeigten Filme vormals mit Hilfe von deutschen Koproduzenten wie dem ZDF hergestellt worden sind. Dies bedeutet für den Großteil, dass sie von vornherein für den Fernsehmarkt und nicht den Kinomarkt bestimmt sind. In Spanien liegt der Fokus der kulturellen Vorstellungen und Assoziationen im Gegensatz zu Deutschland auf den politischen Aspekten der Film, der gemeinsamen Geschichte und der Verantwortung des ehemaligen Mutterlandes.

Die Top 10 genauer betrachtend, haben die erfolgreichsten Filme folgende Merkmale: Sie haben ein Budget von 1,5 bis 5 Millionen US-Dollar, werden erfolgreich in Spanien aufgeführt und kommen aus den Ländern Brasilien, Argentinien, Mexiko oder Kuba. Das überwiegende Genre ist das Drama, nur einzelne Komödien finden sich unter ihnen. Sie sind entweder rein nationale Produktionen oder mit Spanien, Frankreich, Deutschland, den USA beziehungsweise allen vier Ländern koproduziert. Das Merkmal ‚Gemeinschaftsproduktion‘ ist entscheidend für den Zugang zum europäischen Markt: 75 % (bzw. 80, bezieht man *Diarios de Motocicleta* in die Top 20 mit ein) der Filme sind Koproduktionen mit mindestens einem EU-Mitgliedsland. Insgesamt geht ihr Marktanteil in Europa in keinem Jahr über 0,5 % hinaus: Der europäische Markt ist für lateinamerikanische Filme marginal erreichbar. Die Ursachen dieser Abschottung sind vielfältig. Zum einen ist der Markt kein einheitlicher Markt, sondern kulturell und sprachlich aufgesplittet. Zum anderen ist er aufgrund der Beherrschung durch amerikanische Produktionen und das praktische Fehlen einer echten europäischen Verleih-Struktur sogar seinen eigenen Produktionen gegenüber schwer zugänglich. Es gibt in Europa laut Angaben der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle rund 400 Verleiher für Kinofilme, welche einen Verleihmarktanteil von 36 % haben.²⁹⁴ Die Suche nach einem Verleiher gestaltet sich schwierig, da keiner auf lateinamerikanische Filme spezialisiert ist. Vereinzelte Filme aus Kuba, Kolumbien oder Mexiko kommen in Deutschland bei Filmkunst-Verleihen wie Media Luna Entertainment (z.B. *Golpe de Estadio* 1998 Kolumbien), Arsenal (*Japón* Mexiko 2002), Senator (*Lista de Espera* Kuba 200) oder Pegasos (*La vida es silbar* Kuba 2000) unter. In Spanien verleiht Nirvana Films S.A. *La Vendedora de Rosas*, TeleMadrid *Fresa y Chocolate* und Filmax International *Amores Perros*. Bei der Verleihersituation ist verständlich, dass die lateinamerikanischen Produktionsfirmen auch für Europa die fünf kommerziellen Großverleihe zu gewinnen versuchen. Einen einheitlichen europäischen Verleiher für Europa gibt es zurzeit nicht.

Die Filme stehen zudem in großem Wettbewerbsdruck untereinander, da das derzeitige Publikum für lateinamerikanische Filme mit nur circa 2 Millionen relativ klein ist. Nur wenige Zuschauer haben von sich aus die Bereitschaft, sich fremdsprachige Filme anzusehen, welche häufig auf unterschiedliche Formen von Filmsprache zurückgreifen und die sich von den Hollywoodnormen ebenso sehr unterscheiden wie von den nationalen. Hier liegt der Knackpunkt für den Verleih und die Kommunikationspolitik der Filme. Dem Zuschauer kann

²⁹⁴ Die anderen 64 % verteilen sich auf Buena Vista, Warner, UIP, 20th Century Fox und Columbia TriStar. (http://www.obs.coe.int/online_publication/expert/filmdistcompanies.pdf: S. 7 und 10, letzter Zugriff: 19.10.2005)

mehr Verantwortung übergeben werden, wenn die Filme in dem Sinn gelungen sind, dass sie die Bedingungen ihrer Rezeption selbst lehren und ihre Zuschauer durch das Rezeptionserlebnis führen. Verleiher können es wagen, mehr hispanoamerikanische Filme zu verleihen, wenn sie die ihnen angebotenen Filme hierauf überprüfen.

Insgesamt ist der europäische Markt mit vielen Hürden für lateinamerikanische Filme versehen. Die Zuschauergruppen sind klein und zersplittert, die Verleihersituation ebenso. Praktisch jedes Land muss mit einer individuellen Vermarktungsstrategie angegangen werden und nur im Fall von Spanien gibt es durch die kulturelle Nähe zu Lateinamerika von vornherein Chancen auf einen Erfolg. Da scheint es kein Wunder, wenn es jährlich durchschnittlich nur einen Film gibt, der mit nennbaren Ergebnissen in die Kinos der verschiedenen Länder kommt, und der europäische Markt ansonsten verschlossen bleibt. Dennoch könnte eine umfassende, länderspezifische Marktbearbeitung die Ausweitung der Zuschauergruppen von lateinamerikanischen Filmen bringen. Ein werbewirksamer Kinostart im eigenen Land und in den USA hilft dem Verleih in Europa, wie die Top-5-Filme (oder 6, wird *Diarios de Motocicleta* miteinbezogen) zeigen.

4.2 Distributionswege im Verlauf des Produktlebenszyklus eines Films

Die Einsatzmöglichkeiten hispanoamerikanischer Filme sind trotz weitführender Markteintrittsbarrieren vielfältig. Der Markt ist weder auf dem eigenen noch auf anderen Kontinenten gesättigt und die Nachfrage könnte durch eine eingehende Marktbearbeitung gesteigert werden. Der Verleih von hispanoamerikanischen Filmen ist zwar nach wie vor schwierig, doch sind Chancen vor allem im eigenen Binnenmarkt und in den USA vorhanden. Eine der Chancen besteht darin, die oftmals verkürzten Distributionswege vollständig auszunutzen. Der Großteil der Produktionen überspringt zurzeit noch Phasen des Produktlebenszyklus und kämpft um das Erreichen der Gewinnschwelle. Die Überschreitung des Break-Even-Punktes ist die wichtigste Grundvoraussetzung des Weiterbestehens von hispanoamerikanischen Filmen und ein Fokus dieses Kapitels.

Die Auswertung eines Filmes kann über den Direktverkauf an einzelne Verleihe oder über den indirekten Verkauf über internationale Großverleihe gehen. Der Verkauf kann auf Zeit, auf einen Markt oder auf Kopien begrenzt werden. Der Produktlebenszyklus meint die einzelnen Phasen der Marktteilnahme eines Filmes. Seine Planung ist Aufgabe des strategischen Managements, üblicherweise der Produzenten. Einzelne Phasen des Lebenszyklus gehen mit Teilen der Verwertungskette oder einzelnen zeitlichen Auswertungsfenstern einher. Im Entwicklungszeitraum, der Produktion des Filmes, muss die Distribution geplant und ausgehandelt werden. Die Wachstumsphase entspricht im Filmbereich der Auswertung im Kino. Die Reife entspricht der Home-Video-Veröffentlichungen auf DVD und Video (erst im Verleih und dann im Verkauf) und der Verbreitung im Fernsehen (unterteilt in Pay per View, Pay per Channel, Pay-TV, Satelliten-TV und Free-TV). Seit kurzem kommt der Download im Internet dazu.²⁹⁵ Die Sättigung und der Rückgang überlappen sich zum Teil mit der Reifephase. Sobald der Film im öffentlichen Fernsehen auf einem Fernsehsender prämiert wurde, ist in diesem Markt (bzw. Land) die

²⁹⁵ Die Möglichkeiten zum Download im Internet könnten die Abfolge der traditionellen Verwertungskette in Frage stellen. Unternehmen wie das sich in der Aufbauphase befindende ClickStar hoffen, die Studios mit angeblich sicherer Technologie von Intel davon überzeugen zu können, Filme bereits beim Kinostart im Internet anzubieten (<http://www.clickstarinc.com/>).

Sättigungsphase erreicht. Der Film kann dann auf anderen Sendern laufen und wiederholt werden. Die Verwertungskette lässt sich wie folgt zusammenfassen:

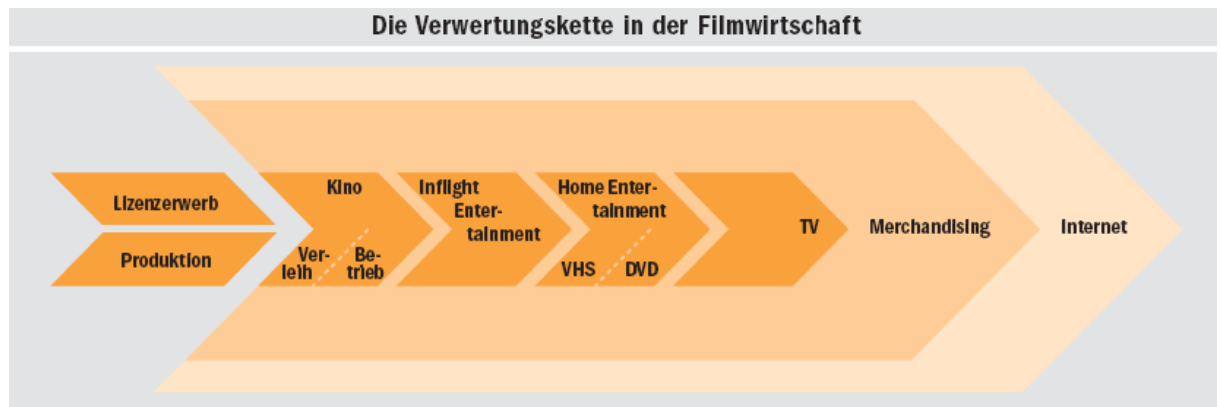


Abbildung 52: Die Verwertungskette der Filmwirtschaft Quelle: [http://www.ey.com/global/download.nsf/Germany/Studie_FilmTVBranche_10_2003/\\$file/FilmTVBranche_10_2003.pdf](http://www.ey.com/global/download.nsf/Germany/Studie_FilmTVBranche_10_2003/$file/FilmTVBranche_10_2003.pdf): S. 8

Neben dem Hauptprodukt Film können Erlöse über Merchandising erzielt werden. Die Palette der Merchandising-Produkte zum Film reicht von Video-, Bild- und Tonträgern (Making of, Musikclips, Soundtrack) über Bücher, Sammelalben und Computerspiele bis zu Sammelartikeln wie Figuren, Bausätzen, Modellen, Klebebildchen und Gebrauchsartikeln wie Tellern, Tassen oder Schlüsselanhängern. Als Ausnahmen haben Kinofilme wie *Star Wars*, *Harry Potter* oder *The Lord of the Rings* mit ihren Merchandising-Erlösen mehr Umsatz und/oder Gewinn erwirtschaftet als mit ihren Einspielergebnissen.

Idealerweise werden alle Phasen des Produktlebenszyklus erreicht, der Break-Even-Punkt liegt bereits vor der Reife des Produktes und Gewinne werden in Folgeprodukte investiert. Im Filmbereich ist dies bei den meisten Produkten nicht der Fall und die Gewinnschwelle wird (wenn überhaupt) in der Reife- und Sättigungsphase erreicht. Die Dauer eines kompletten Produktlebenszyklus ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Neben den vier klassischen Bereichen des Marketing-Mix²⁹⁶ sind externe Bedingungen wie die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die Marktfolge durch Wettbewerber, das Konsumklima und Gesetze sowie Auflagen für die Produkte zu berücksichtigen.

4.2.1 Kino

Die Auswertung im Kino, seien es kommerzielle Multiplexe, Programmkinos oder kommunale Kinos, ist für Spielfilme das erste erstrebte und das wichtigste Glied der Verwertungskette. Der Umsatz durch die Kinoauswertung macht nur etwa ein Viertel des Gesamtumsatzes aus, auch wenn hier das meiste Kapital der Filmemacher gebunden wird. Die Aufführung im Kino ist bedeutend, da sie einen Großteil des Marketings der ganzen Produktlebenszykluskette leistet:

Looked at from the perspective of the overall business process, disregarding the romantic and nostalgic appeal of watching a film projected in a theater, theatrical release has essentially become an elaborate and expensive marketing campaign designed to eventually drive the sales of videos. (Irwin 2004: 8)

²⁹⁶ 1. der Qualität, dem Service und der Innovationsfähigkeit des Anbieters, 2. der Preisgestaltung, 3. der Kommunikation am Markt und 4. der Wahl der Vertriebskanäle (Perlit 2000).

Der internationale Kinostart in den kommerziellen Kinos und nichtstaatlichen Programmkinos bleibt für viele hispanoamerikanische Filme ein Wunsch. Kommerzielle Kinos zeigen die neuesten Filme und sind durch Blockbuster oder Mainstream aus Hollywood belegt. Andere Hürden sind die kostenintensive Synchronisation oder Untertitelung, welche für den internationalen Markt unvermeidlich sind. Der hispanoamerikanische Binnenmarkt sowie Spanien sind dahingehend im Vorteil gegenüber den USA und Europa. Filme ohne globale Vermarktungsstrategie differenzieren nach Ländern und streben in festgesetzten Ländern einen Kinostart an, während sie in anderen eine oder mehrere Phasen des Produktlebenszyklus überspringen und gleich den Fernsehmarkt anvisieren. Dies gilt vor allem für koproduzierte, aber auch für national produzierte Filme. Koproduktionen, als Beispiel *La Estrategia del Caracol*, laufen in einem Land, häufig dem mit dem größten Anteil der Produktion, in diesem Fall Kolumbien, im Kino, während sie in den anderen Koproduktionsländern, hier Italien, direkt im Fernsehen ausgestrahlt werden. Das Gleiche gilt für nicht an der Produktion beteiligte Länder. *La Estrategia del Caracol* wurde in Spanien im Kino gezeigt, während er in Deutschland direkt im Fernsehen ausgestrahlt wurde.

In den Programmkinos finden hispanoamerikanische Filme derzeit ihre größte Vorführchance, meist in Originalfassung mit Untertiteln (= großer Kostenvorteil). Privatwirtschaftlich organisierte Programmkinos sind nicht von der Verleihstrategie der großen Filmverleiher abhängig, welche vorschreiben können, wann und wie viele Wochen ein Film zu zeigen ist. Sie können sich ihr Programm unter cineastischen Gesichtspunkten selbst zusammenstellen. Damit bieten Programmkinos oft die einzige Möglichkeit, auch ältere (= mehr als ein Jahr alte) Filme auf der großen Leinwand zu sehen. Solche Filme sind für Multiplexe nicht von Interesse, wenn sie auf Datenträgern für den privaten Konsum erhältlich oder im Fernsehen gezeigt worden sind, da sie nicht die Masse der Zuschauer erreichen werden. Es gibt Programmkinos, wie die *Cinema Tropical* Kette in den USA, welche sich ausschließlich der Vorführung lateinamerikanischer Filme widmen.²⁹⁷

Kommunale Kinos sind beständige und wichtige Vorführer von hispanoamerikanischen Filmen, allerdings keine, die eine große Gewinnmarge mit sich bringen können. Nichtkommerzielle Kinos sind kommunal oder durch regionale Regierung finanziert. Sie stellen ihr Programm unter filmhistorischen und -ästhetischen Gesichtspunkten zusammen. Wie die Spielorte sind auch die Organisationsformen und Professionalisierungsgrade der Kinos unterschiedlich. Hier haben Filme verschiedener Formate (Kurz-, Stumm-, Avantgarde- oder Kinderfilme) ebenso Platz wie Spielfilme. Die gezeigten Filme stammen aus dem regulären Angebot der gewerblichen Filmverleiher sowie aus Kinematheken, Filmarchiven und von Spezialverleihern. Kommunale Kinos führen wie Programmkinos Filme vor, welche den Produktlebenszyklus bereits durchlaufen haben. Sie sind darum bemüht, Filme im Kontext sowie in Originalfassung und im richtigen Format zu zeigen, was den Verleihern und Produzenten eine kostenintensive Synchronisation erspart.

Im Spielfilmbereich erreicht die Mehrzahl der Filme den Break-Even-Punkt nicht vor der Reife, das heißt allein durch die Vorführung im Kino. Auf dem nationalen Markt wird dieses Ziel nicht einmal durch US-amerikanische Filme überschritten. In Kolumbien haben die

²⁹⁷ *Cinema Tropical* verfügt über zwölf Kinos in acht US-amerikanischen Städten und hat unter anderem *Amores Perros* aufgeführt. Daneben fungiert die Kette als Verleiher für Kinos, vor allem aber für Institutionen wie Universitäten, Museen und Kinematheken. Ihr Programm ist zu finden unter <http://www.cinematropical.com>, letzter Zugriff: 25.10.2005.

meistbesuchten heimischen Filme zwischen 350.000 und 450.000 Zuschauer, falls sie von den Fernsehsendern Caracol oder RCN eine großangelegte Werbekampagne finanziert bekommen. Die durchschnittlichen Zuschauerzahlen liegen deutlich niedriger, bei 50.000 bis 200.000 Zuschauern (Luzardo 2005: 3). Realistisch gesehen kann ein Film in Kolumbien daher seine Produktionskosten (durchschnittlich 1.400 Millionen Pesos) im Normalfall nicht durch die Auswertung in den kolumbianischen Kinos finanzieren. Denn gehen von jeder verkauften Kinokarte zwischen 2000 - 2500 Pesos an die Produzenten, wie es normalerweise der Fall ist, dann wären 560.000 Zuschauer zur Erreichung des Break-Even-Punktes notwendig. Es ist daher sinnvoll, eine Auswertung auf dem internationalen Filmmarkt von Projektbeginn anzustreben. Dies gilt für kolumbianische Filme ebenso wie für mexikanische, kubanische oder US-amerikanische. Doch selbst mit der Vorführung in mehr als nur dem Heimatland schaffen es die meisten lateinamerikanischen Filme nicht, schwarze Zahlen zu schreiben. Auch *La Vendedora de Rosas* hat im Kinobereich die Gewinnschwelle nicht erreicht.

4.2.1.1 Koproduktionen

Koproduktion ist eine vielverwendete und – zumindest im Fernsbereich – funktionierende Strategie zur Distribution eines Projektes und zur Aufrechterhaltung einer Filmindustrie, nicht jedoch zum Aufbau einer kinematografischen Infrastruktur (siehe 3.2.5). Sie sind in vielen Ländern, besonders auf Kuba, eine Überlebenschance für Spielfilme. Sie garantieren ein Rezipieren in den Koproduktionsländern. Je nach Kooperationspartner findet die Rezeption zunächst im Kino und dann in den anderen Stufen des Produktlebenszyklus oder nur im Fernsbereich statt. An den Koproduktionsvertrag sind Bedingungen geknüpft, welche die Förderung der Filmindustrie im Partnerland sichern sollen. Die Investition des Partners bringt dem Produktionsland entsprechend wenig Zuwachs an Infrastruktur. Solche Bedingungen bedeuten, dass z.B. die investierte Summe im Geberland für die Postproduktion verwendet werden muss oder dass ein Teil der Filmcrew aus dem Geberland kommt.

Spanien ist größter Koproduktionspartner für Lateinamerika. Die Mehrzahl der Koproduktionen findet mit mehreren Partnern statt. Ein Partner, wie vormals Fernsehsender, welche sich so ihre Sendezeit auffüllten, reicht bei der Steigerung der Herstellungskosten und zunehmender Wettbewerbsdichte der Fernsehsender nicht mehr aus. Koproduktionen zwischen lateinamerikanischen Ländern scheitern zum Teil durch finanzielle Schwierigkeiten sowie durch Desinteresse, auch wenn sie ansatzweise durch den Hilfsfonds Ibermedia gefördert werden. Bemühungen von der iberamerikanischen CACI gehen ebenfalls in Richtung lateinamerikanischer Zusammenarbeit. Kann ein Filmprojekt Distributionsabmachungen mit amerikanischen Mayors vorweisen, wird die Suche nach Koproduktionspartnern erheblich leichter.

4.2.1.2 Verleihe als Vertriebsstrategie

Filmverleihe als Distributoren von Filmkopien stellen ein wichtiges Bindeglied zwischen der Produktion und dem Konsum eines Filmes dar. Die Prinzipien der Herausbringung von Filmen treffen für alle Filmverleiher gleichermaßen zu. Unabhängig von der Gesellschafterstruktur sind Filmverleiher relativ kleine, größtenteils national arbeitende Firmen mit Mitarbeitern im Bereich Lizenzein- und -verkauf, Marketing, Presse, Finanzen und

Verwaltung. Viele Verleiher haben eine Ausrichtung (Blockbuster, Kultfilme, Animationsfilme) und zeigen vornehmlich ‚Special Interest‘-Filme. Dennoch gibt es meines Wissens nach keine einflussreichen Kino-Verleihfirmen, die sich auf die Region Lateinamerika spezialisiert haben.²⁹⁸ Als ‚Outlets‘ von großen Produktionsfirmen garantieren viele von ihnen die Aufführung der Eigenproduktionen. Idealerweise begleitet ein Verleih das Filmprojekt durch alle Phasen und passt mit seinem Programm zum einzelnen Projekt. Die kommerziell erfolgreichsten lateinamerikanischen Filme der letzten Jahre haben große Verleiher schon früh in der Projektentwicklung für sich gewinnen können. In der Regel werden die Rechte für die (häufig zeitlich begrenzte) nationale oder regionale Auswertung eines lateinamerikanischen Films über den Produzenten oder den von ihm beauftragten Weltvertrieb erworben.²⁹⁹ Die Verleihe haben einen großen Einfluss auf kommerziellen Erfolg oder Misserfolg eines Filmes. Im Fall von *Amores Perros* konnten Altavista und Zeta Films für Nordamerika den Verleiher Lions Gate und für Deutschland Warner Brothers gewinnen. Damit war die flächendeckende Verarbeitung und Aufführung des Filmes in den angestrebten Märkten dieser beiden Länder durch finanzstarke Verleiher gesichert. Denn zu den Aufgaben des Verleihs gehört neben der Belieferung der Kinos mit Filmkopien die marktgerechte Bearbeitung eines Films, das heißt unter anderem die Synchronisation oder die Untertitelung sowie die Vorlage bei Kontrollinstitutionen (in Deutschland die Freiwillige Selbstkontrolle) zur Altersfreigabe. Je nach Land können unterschiedliche Versionen eines Filmes entstehen, um eine für die Vermarktung günstige Altersfreigabe zu erhalten. Der Verleih setzt ebenfalls Termine für Vorpremieren, Pressevorführungen sowie den Premieretermin des Filmes auf dem Kinomarkt und/oder einem Festival fest. Auch die überregionalen Werbemaßnahmen liegen bei den Verleihern, während die regionale Werbung (außer in Großstädten) in der Regel den lokalen Kinos überlassen ist.

Meine These ist, dass es Verleihe wagen könnten, mehr hispanoamerikanische Filme zu vertreten, und damit Erfolg haben könnten. Lange Zeit hat Hollywood die steigende Marktentwicklung des Latinomarktes nicht reflektiert und nur etwa einen Latino-Spielfilm pro Jahr herausgebracht. Mittlerweile bilden die Majors und auch die unabhängigen Studios kleinere Bereiche für Latinoproduktionen oder Zusammenschlüsse mit spezialisierten Produktionsfirmen. Ein Beispiel für einen Latinoproduzenten ist Arenas Entertainment. Die vormals auf Marketing für den Latinomarkt in den USA spezialisierte Firma hat sich für ihre 2002-Produktion *Empire* mit Universal Pictures zusammengetan und für ihre 2003-Produktion *Imagining Argentina* mit UIP (United International Pictures). Der Lateinamerikaboom der letzten Jahre zeigt, dass lateinamerikanische Filme und ihre Filmemacher langsam in das US-amerikanische Indie- und Hollywoodsystem mit einbezogen werden (siehe 4.1.2.). Wie im Fall einiger bekannter mexikanischer Regisseure nutzen sie diese Chancen, indem sie nach Los Angeles emigrieren und dort ihre Karriere mit US-amerikanischen Produktionen weiterführen. Alejandro González Inárritu gehört zu dieser Gruppe, wobei er den Kontakt zu Mexiko in seinen Filmen nicht verloren hat. Er arbeitet zum Teil mit den gleichen Kreativen und auch thematisch sind Latinos in seine Filme integriert. Andere, wie Walter Salles, scheinen sich ganz nach ihrem derzeitigen Projekt zu richten. Nach einer Reihe von brasilianischen Filmen hat er für durch die Koproduktion *Diarios de*

²⁹⁸ Videoverleiher für Lateinamerika gibt es, zum Beispiel das in New York angesiedelte *Latin American Video Archive*.

²⁹⁹ Andere Kaufmöglichkeiten für den Verleiher sind: • Vom verbundenen Filmstudio als Filmpaket mit anderen Filmen/ • Von einem Studio oder eine Produktionsfirma, mit der der Verleiher einen Output-Deal ausgehandelt hat/ • Von einem Verkaufsagenten, der im Auftrag des Produzenten den Film vertreibt.

Motocycleleta in den beteiligten Ländern unterschiedliche Verleiher gewinnen können. In Argentinien war es Buena Vista, in Deutschland Constantin und Focus Features in den USA. Sein 2005-Film *Dark Water* (USA 2005) hingegen wird fast ausschließlich durch Buena Vista verliehen und scheint eine Koproduktion als Vertriebsstrategie nicht zu benötigen.

Der Verkauf eines Filmes an einen einzigen Verleiher zum Weltvertrieb ist sinnvoll, wenn der Verleiher entsprechend groß ist und die Märkte kennt. Er hat den Vorteil, dass Filmproduzenten und Regisseure sich nicht weiter um den Vertrieb kümmern müssen. Ein Risiko dabei ist, dass der Film dadurch nicht die gewünschte Resonanz erhält, wenn der Verleiher weniger einflussreich und erfahren ist, als er es vorgibt zu sein. Die Verhandlungsposition des Verleihers gegenüber den nationalen Kinoverleihern ist bei der Abschließung von Vermarktungsverträgen entscheidend. Üblicherweise zahlt der Kinoverleiher vorab für das Recht der Filmausstrahlung eine sogenannte und auszuhandelnde Verleihergarantie. Zudem trägt er die Herausbringungskosten des Filmes im jeweiligen Territorium. Ein weiterer Nachteil des Weltvertriebes durch einen einzelnen Verleiher ist, dass die Produzenten und Regisseure in vielen Fällen keine Kontrolle mehr haben über den Verkauf und nicht nachvollziehen können, wohin der Film verkauft worden ist und wie viele Kinozuschauer er verzeichnet hat. Von diesen Daten hängt jedoch ihr Einkommen ab. Für unerfahrene und nicht international vernetzte Regisseure und ihre Produzenten bleibt dies ein Problem, welches auch ebenso bei länderspezifischen Verleihern auftreten kann.

Länderstrategien scheinen vor allem im heterogenen europäischen Markt angebracht. Der spanische Markt mit seinem großen Potential an Zuschauern kann anders angegangen und beworben werden als der sehr viel kleinere französische oder deutsche Markt. Produzenten haben für Spanien bessere Bedingungen zur Festsetzung der Verleihergarantie. Länderstrategien funktionieren gut für Filme, die sich an kleine Zuschauergruppen richten, so wie *Fresa y Chocolate*, *La Vendedora de Rosas* oder *Danzón*. Als Nischenprodukte werden sie konkret in die einzelnen Märkte verkauft, in denen sie Erfolg haben können. Bei Filmen, die relativ gesehen für ein größeres Publikum konzipiert sind, wie *Amores Perros*, haben die Filmemacher die Vertriebsstrategie zumeist von Projektbeginn durchdacht. Hier sind eine Standardisierung der Werbe- und Verkaufsstrategie sowie ein Verkauf an einen Weltvertrieb eher sinnvoll.

4.2.2 Home Entertainment

Der Home-Entertainment-Markt ist die umsatzstärkste Filmauswertungsstufe und erwirtschaftet global rund doppelt so viel Umsatz wie der Kinomarkt.³⁰⁰ In Deutschland lag der Gesamtumsatz des DVD-/Video-Verleihs und -Verkaufs in 2004 laut BVV- (Bundesverband Audiovisuelle Medien)-Angaben bei 1.747 Millionen Euro gegenüber dem Kinomarktumsatz von 893 Millionen Euro. Der Video- und DVD-Vertrieb beginnt üblicherweise sechs Monate nach dem nationalen Kinostart, wobei die Zeitspannen von der exklusiven Auswertung auf einer Stufe zur anderen immer geringer werden. Die Datenträger werden auf dem Home-Entertainment-Markt zunächst verliehen und dann verkauft. Die Produktionskosten eines Videos oder einer DVD (Digital Versatile Disc) sind geringfügig. Es fallen weiterhin kaum Marketingkosten an, da der Film durch die Auswertung im Kino

³⁰⁰ "Theatrical box office accounts for just 26 % of a typical film's revenue. Television sales bring in 28 %, on average, and the video/DVD market accounts for a whopping 46 %." (Irwin 2004: 8)

bekannt ist. Das Erlöspotential der Video- und DVD-Vermarktung, selbst nach Abzug von einer circa 30-prozentigen Handelsspanne der Vertriebspartner, ist dementsprechend groß.

Das Videoformat wird zunehmend von der DVD verdrängt. Meine These ist, dass die Verbreitung der DVD hispanoamerikanischen Spielfilmen entgegenkommt. Die Ausweitung der DVD-Abspielgeräte ist steigend. Nach Angaben des BVV haben in Deutschland zurzeit circa 60 % der Haushalte ein DVD-Abspielgerät.³⁰¹ Erstprodukte sind aktuell entweder Kombiprodukte (DVD- und Video-Spieler in einem) oder DVD-Spieler. In der Folge kommen immer mehr Filme im DVD-Format heraus und digitale Filmspeicher verzeichnen Umsatzrekorde. Das DVD-Format ist für hispanoamerikanische Filme im internationalen Markt von Nutzen, weil es mehrere Sprachspuren oder Untertitel enthalten kann und ein einziges DVD-Produkt in vielen Ländern vermarktet werden kann. Selbst die Regionenprogrammierung auf den DVDs ist kein großes Markthindernis, da die meisten DVD-Spieler alle Regionen abspielen können. Das bedeutet, dass das Produkt Spielfilm auf DVD nicht kostenintensiv für jeden Markt verändert werden muss. Ein Markthindernis für die DVD war jahrelang durch die Neuheit der Technik ihr Preis. Inzwischen ist der Durchschnittspreis einer DVD erheblich gesunken (in Deutschland von 20 Euro in 2002 auf 16 Euro in 2003³⁰²) und nähert sich dem Preis eines Videos an. Die DVD hat den weiteren Vorteil, dass auch die anderen Zusatzfeatures (nicht verwendete Szenen, Audiokommentar des Regisseurs, Interviews mit den Filmemachern oder Musikvideos) Cinephile, zu denen viele Hispanoamerikafilmfans gehören, potenziell mehr als Hollywoodfans interessieren.

Trotz alledem machen die Einnahmen aus dem Video- und DVD-Markt außer in den Ursprungsländern in Hispanoamerika einen sehr geringen Teil der Einnahmen eines hispanoamerikanischen Filmes aus, insbesondere in Europa. Zum einen, weil die Filme nicht oder bis auf wenige Ausnahmen von der Masse der Zuschauer registriert werden, wenn sie in den Kinos laufen. Der Verleihmarkt ist nicht vorbereitet auf die Filme und der Marketingeffekt der Kinoauswertung nicht gegeben. Die Konsumenten haben nicht von den Filmen gehört und leihen oder kaufen sie nicht. Zudem sind für einen Großteil der Videoverleiher Filme, für die sie selbst Marketing betreiben müssen, nicht interessant. Zum anderen ist der Home-Entertainment-Markt für kleinere Spielfilme für die Filmemacher relativ undurchsichtig. Sie können nur schwierig nachvollziehen, wohin sie sich zum Verkauf wenden können und wie viele Kopien tatsächlich verkauft werden. In Europa kann der Home-Entertainment-Markt für Arthouse-Verleiher interessant sein, weil diese Filme sonst nicht oder selten zu sehen sind und von den üblichen Videogeschäften nicht vertrieben werden. Ein Ausbau hin zum Verleih in Videoketten könnte gewinnbringend und daher zu wagen sein, wenn Filme anders beworben werden würden und die Filmemacher dem Video- und DVD-Markt mehr Aufmerksamkeit schenken würden. Europäische Filmliebhaber sind eher bereit, für Filme zu bezahlen und dadurch die Filmindustrie zu erhalten, als sich die Filme illegal zu kopieren oder herunterzuladen. Gerade dieser Markt bricht trotz der umfassenden illegalen Kopiermöglichkeiten nicht ein. In Europa sind die Einnahmen durch Video und DVD beständig. Als Beispiel Deutschland:

Die Ablösung der VHS-Kassette durch die DVD als Trägermedium für Filme vollzieht sich zügig. Die technischen Vorteile der DVD bescheren dem Videomarkt einen eindrucksvollen Zuwachs. Der Aufwärtstrend hat sich im Jahr 2003 weiter fortgesetzt ... Mit € 1.053 Millionen entfielen mehr als zwei Drittel des Videoumsatzes im Jahr 2003 auf

³⁰¹ Zu berücksichtigen sind neben dem DVD-Spieler die Nutzungsmöglichkeiten über Heimkinosysteme, Laptops, PC-Monitore und Spielkonsolen.

³⁰² Business Report zum Videomarkt 2003. Publikation der BVV 2004, S. 8.

den Verkauf von DVDs. Auch der DVD-Vermietmarkt konnte zulegen. (SPIO (Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V.): <http://www.spio.de/index.asp?SeitID=27>, letzter Zugriff: 29.08.2005)

In den USA und Hispanoamerika ist der Home-Entertainment-Markt für spanischsprachige Videos und DVDs weiter entwickelt, da es mehr spanischsprechende Zuschauer gibt. Latinos sind heute mehr denn je Teil des US-amerikanischen Alltags. Sie werden daher im Kino- und DVD-Bereich eine immer beliebtere Zielgruppe: Als Teil der Ausweitung ihres spanischsprachigen Geschäfts in den USA hat Twentieth Century Fox Home Entertainment in 2003 das sogenannte *Cinema Latino* auf den Markt gebracht. Es handelt sich dabei um eine Serie von Untertitelten und anderorts anerkannten spanischsprachigen Filmen, welche auf DVD und Video für den US-Markt herausgebracht werden. Der Markt in Lateinamerika und den USA ist ausbaufähig und kann weiter entwickelt werden, wenn Markthindernisse ernst genommen und angegangen werden. Das größte Markthindernis in Hispanoamerika sind Probleme mit der Sicherung des Copyrights sowie das Kaufverhalten der Konsumenten. Spielfilme sind an den Straßenecken der städtischen Zentren Lateinamerikas und der USA als (qualitativ meist minderwertige) DVD- oder Video-Raubkopie zu erhalten, noch bevor sie das Kino erreichen. Der informelle Sektor, in Hispanoamerika nicht wegzudenkender Teil der Ökonomien, verstellt den Filmemachern den Weg. Ohne genügende rechtliche Absicherung und strafrechtliche Verfolgung der Verletzungen des Copyrights müssen sie dem Verkauf ihrer Filme auf dem Schwarzmarkt und der ihnen dadurch entstehenden Verluste hilflos zusehen.

4.2.3 Fernsehen

Die letzte große Auswertungsstufe der Filmbranche bringt ungefähr 28 % der Einnahmen, etwas mehr als das Kino. Es ist eine lukrative Einnahmequelle, die den Filmemachern keine zusätzlichen nennenswerten Kosten erzeugt und eine große Masse an Zuschauern erreicht. Der Fernsehmarkt ist weltweit neben der Mikroelektronik einer der am stärksten expandierenden Märkte. Alleine in den USA kann der Konsument pro Woche zwischen 400 verschiedenen Spielfilmen auf 324 Sendern wählen (MPA 2004 Economic Review: 41). In Europa hat sich die Anzahl der Sender in den letzten zehn Jahren im Durchschnitt verfünffacht. Europaweit existieren circa 300 verschiedene Fernsehsender, davon über 30 in Deutschland. Die Sendezeit ist durch die höhere Anzahl der Programme und die kürzeren Sendepausen in den letzten 15 Jahren explodiert. Der Bedarf an Material zum Ausfüllen der Sendezeit ist weiter steigend. Ein Störfaktor für das Fernseherlebnis von Kinofilmen, nämlich die Vorführung in einem anderen Format als dem ursprünglichen, wird durch heutige Breitbandfernseher, Formatumstellungsmöglichkeiten und Heimkinoanlagen systematisch ausgeräumt. Der Fernsehmarkt unterteilt sich nach Zeitfolge und Ertrag pro Zuschauer geordnet in: Pay-TV, Pay-per-click-Fernsehen, Kabelfernsehen, private Fernsehsender und öffentlich-rechtliches Fernsehen.

Netzwerke durch Latinofernsehzusammenschlüsse und -sender gibt es in den USA und in Lateinamerika, nicht jedoch in Europa. In den USA sind die Studiokonglomerate seit Jahrzehnten an Fernsehsendern beteiligt. Vivendi Universal hat eine Beteiligung beim brasilianischen Telecine, Sony (=Columbia Tristar) eine beim lateinamerikanischen E! und MGM senden in Lateinamerika unter MGM Networks (Blanchet 2004: 81ff.). Die Dynamik der hispanischen Fernsehindustrie in den USA ist steigend. Das spanischsprachige Fernsehen hat sich vom unrentablen Minoritätenfernsehen zu einem eigenständigen Hispano-Markt

entwickelt.³⁰³ Auch im öffentlichen Fernsehen gibt es Zusammenschlüsse wie *The National Latino Communications Center*, welche sich auf die Beschaffung, Entwicklung und Verbreitung von lateinamerikanischen Materialien für das Fernsehen spezialisieren.³⁰⁴ Der erste hispanische Fernsehsender in den USA, nach mehreren Umbenennungen heute *Univision* genannt, ist über 50 Jahre alt. Zunächst ist er über 30 Jahre lang in den Händen der *Spanish International Communication Cooperation* (SICC), einem Arm des mexikanischen Medienriesen Azcárraga, welcher auch Televisa besitzt. Das Konzept ist einfach: Programme werden aus Mexiko importiert und für die Mexikaner gewinnbringend wiederverwertet. Aus Rechtsgründen muss die SICC 1986 verkaufen.³⁰⁵ Als der Sender von Hallmark übernommen wird, wird es Teil eines US-amerikanischen Großunternehmens und dessen Gesamtstrategie: Sein Prozentsatz an spanischsprachigen US-Produktionen, oft die hispanischen Entsprechungen von erfolgreichen US-Formaten (Infotainment, Talkshows etc), erhöht sich dementsprechend. Heute wird *Univision* von 97 % aller Latino-Haushalten empfangen und ist das fünftgrößte Fernsehunternehmen in den USA. Der zweitwichtigste spanischsprachige Sender, *Telemundo*, entsteht 1985. Er konzipiert sein Programm speziell für die in den USA lebenden US-Latinos und ist seit 2001 im Besitz von NBC. Ein dritter Sender, *Hispanic Television Network*, richtet sich vorwiegend an Chicanos. Die langen Durststrecken der hispanischen Sendern, ihre Rentabilitätsschwierigkeiten, Schulden und häufigen Besitzerwechsel, scheinen vorbei zu sein. Die Dynamik des Marktes hat sich positiv verändert. Seit Mitte der 1990er Jahre kann nun auch die Werbeindustrie diesen Markt vermehrt nutzen. Werbezeiten, welche lange überdurchschnittlich billig waren, sind nun aufgewertet. Im Bereich des Kabelfernsehens sind in den USA HBO Latino und Galavision zu nennen. Obwohl die spanischsprachigen Kanäle vorwiegend durch Talkshows, Telenovelas, Infotainment sowie spanisch synchronisierte Hollywoodfilme belegt sind, ist hier Platz für Spielfilme. Die hohen Einschaltquoten dieser Sender sind für hispanoamerikanische Spielfilme von Vorteil. Da die Kinoeinnahmen die Produktionskosten großteils nicht einbringen können (falls Kinoeinnahmen vorhanden sind), ist der Verkauf an Fernsehsender für viele Filme nicht nur lukrativ, sondern mit die größte Erwerbsquelle. Bei Koproduktionen mit Fernsehsendern wird dieser Teil der Einnahme bereits bei der Produktion ausgegeben, sozusagen vorfinanziert.

Spielfilme, welche gleich an das Fernsehen verkauft werden, überspringen im Lebenszyklus häufig die Stufen Kino und DVD.³⁰⁶ Die sich wiederholende Ausstrahlung im Fernsehen und die damit einhergehenden Aufnahmefähigkeiten machen diese Filme für den Videoverleih uninteressant. Wieder wird deutlich, wie wichtig der Verleih im Kino ist: Diesen Filmen entgehen 72 % der durchschnittlichen Einnahmen im globalen Filmmarkt. Andererseits kann das Fernsehen eine stabile und zusätzliche Einnahmequelle in Ländern sein, in welchen sich der Verleih im Kinobereich nicht lohnt und der Verleih auf dem Home-Entertainment-Markt nicht zustande kommt. Hispanoamerikanische Filme haben zum

³⁰³ Siehe hierzu Karin Gehles Artikel in *matices* ‚Hispano-Fernsehen erobert die USA. Vom Minoritätenfernsehen zum Marktfaktor‘ unter www.matices.de/37 (letzter Zugriff: 10.07.2005).

³⁰⁴ „The National Latino Communications Center is a media arts production resource center that supports, produces and syndicates Latino programming for public television. Its purpose is to empower Latinos in the US throughout the broadcast communications media.“ (<http://latino.sscnet.ucla.edu/community/nlcc/>, letzter Zugriff: 10.07.2005)

³⁰⁵ Es ist Ausländern in den USA nicht mehr gestattet, mehr als 20 % Anteile an einem Fernsehsender zu halten.

³⁰⁶ Anderes gilt für Serien oder Filme, welche für das Fernsehen konzipiert sind. *Sex in the City*, *Friends* oder Kabarettprogramme sind als Sammel-DVDs und Boxsets große Umsatz- und Gewinnbringer.

Beispiel in Asien wenig Chancen, die große Leinwand zu erreichen, während ihnen das Fernsehen und seine gigantischen Zuschauerzahlen offenstehen können.

4.3 Internationale Kommunikationspolitik

Die Unterhaltungsindustrie ist produkt- und nicht nachfrageorientiert: Die Filme sind vorrangig der Grund, warum Menschen Kinotickets kaufen. Marketingkonzepte sind mittlerweile zwingender Teil jeder Stufe eines Filmprojektes, so auch der Projektentwicklung eines Filmes. Umso wichtiger ist eine strukturierte Kommunikationspolitik. Sie befasst sich mit dem Endprodukt Film und bildet das Bindeglied zwischen unternehmerisch-kreativer Initiative und verkäuferischer Umsetzung im Markt. Sie ist Teil des internationalen Marketingmanagements, welches zudem die Produkt-, Preis- und die Distributionspolitik umfasst. Die klassische Filmfinanzierung durch Sender, Verleiher und Förderer hat sich stark verändert. Öffentliche Gelder sind knapper geworden und die Bereitschaft der Sender, in die Entwicklung von Projekten zu investieren, ist geringer. Die Folge ist unter anderem eine steigende Zahl von Finanzierungspartnern selbst bei kleineren Projekten. Die zunehmende Medienkonvergenz weitet das Feld dieser möglichen Finanzierungspartner auf benachbarte Branchen aus: Kabelbetreiber und DVD-Produzenten können als Kofinanziers von Filmprojekten auftreten. So wird die Darstellung eines Filmes nach außen für den Produzenten komplexer. Zum Teil muss das Projekt/Produkt für jeden potenziellen Geldgeber anders aufbereitet werden: Die Finanzierung eines Filmprojektes wird zu einer eigenen Marketingaufgabe, lange bevor das fertige Produkt vermarktet wird. Die internationale Kommunikationspolitik ist (geplanter- oder ungeplanterweise) immer Teil einer Gesamtstrategie für den Verkauf eines Filmes.

Kommunikationspolitische Strategien können weltweit einheitlich konzipiert sein, also standardisiert oder differenziert an die Anforderungen des jeweiligen Landes angepasst. Die Globalisierung der Märkte seit den 1980er Jahren und Produkte von sogenannten Weltmarken haben eine Tendenz zur Standardisierung der Kommunikationspolitik bewirkt. Die Konvergenzthese der Internationalisierung, welche von einer relativen Annäherung der demographischen Merkmale und Lebensstile der Konsumenten in verschiedenen Ländern ausgeht, unterstützte diesen Trend weiter. Für kleinere Produktionen und Nischenprodukte bleiben die Differenzierungsstrategie oder die Dachkampagnenstrategie als Mischform jedoch geeigneter. Die Dachkampagnenstrategie ist ökonomischer und wird von hispanoamerikanischen Filmproduzenten und -verleihern vorgezogen. Die Werbebotschaft, die Bestimmung der Zielgruppe und die Werbebudgetierung werden weitgehend standardisiert, während die Mediaselektion aufgrund der heterogenen Struktur der Werbeträger länderspezifisch vorgenommen wird. Kulturelle Unterschiede und Sprachbarrieren machen die Übersetzung von Werbenachrichten notwendig. Trailer werden entweder gedubbt, mit Untertiteln versehen oder gänzlich neu gestaltet. Filme, die in Deutschland über ihre Thematik vermarktet werden können, werden in Italien oder Spanien mit der dort bekannten Besetzung beworben.

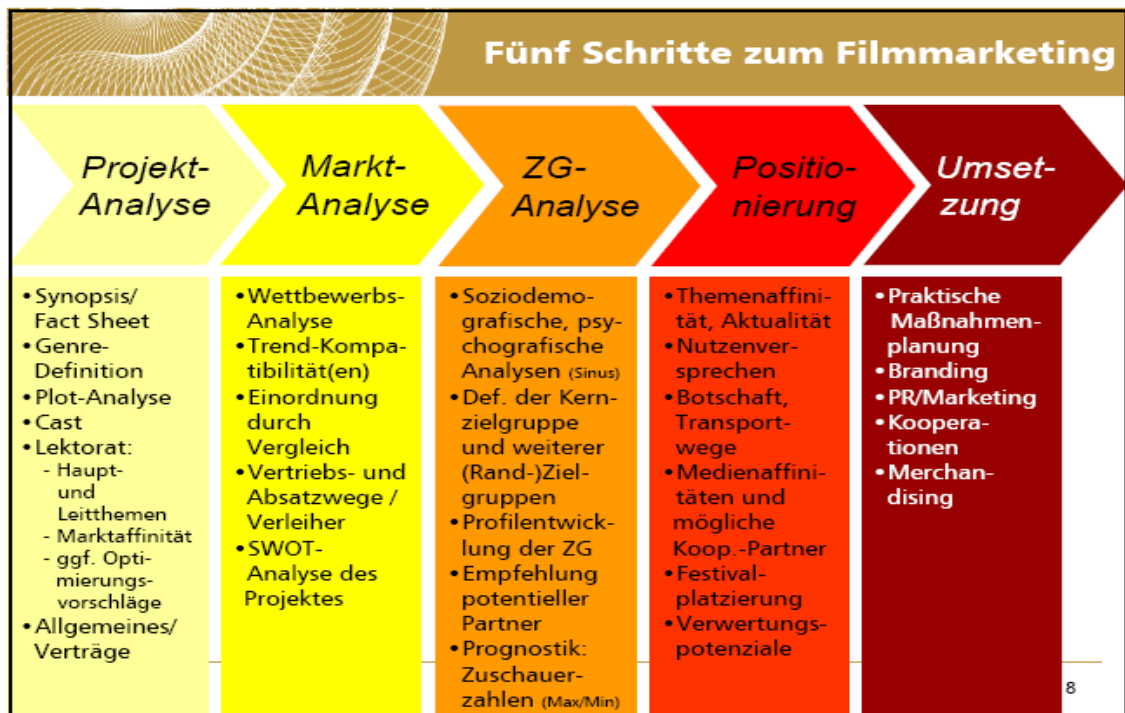


Abbildung 53: Filmmarketing im Idealfall: Die fünf Schritte zum Filmmarketing der Berliner Goldmedia GmbH (firmeneigene Broschüre ‚Filmmarketing‘, S. 8)

Wichtig für den Erfolg von Filmmarketing und -kommunikationspolitik ist, auf der Grundlage empirisch fundierter Daten Entscheidungen zu treffen und (Marketing-) Maßnahmen zu entwickeln. Eine realistische Prognose kann nur aufgrund von empirischen Analysen erfolgen. Medienforscher wie Universitäten oder Medieninstitute und belegbare Fakten von Filmschaffenden sowie Produzenten können diese Daten erbringen. Firmen wie Goldmedia spezialisieren sich auf diesen Bereich und können Projekte von der Filmidee an begleiten. In der Regel können sich hispanoamerikanische Filme das Vergeben solcher Aufgaben an Fremdfirmen nicht leisten. Sie übernehmen, wenn überhaupt Filmmarketing erfolgt, selbst. Das Bewusstmachen des Prozesses zur Entwicklung von Marketingmaßnahmen und die schrittweise erfolgende Analyse des eigenen Projektes sind wichtig. Ihre mangelhafte Ausführung ist ein bedauerliches und hinderliches Manko vieler lateinamerikanischer Filme. Die fünf Schritte zum Filmmarketing (siehe oben) werden nicht in ihrer Reihenfolge beachtet. Es fehlt an konkreten Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie ihrer Implementierung. Die Kombination der Schritte ist wichtig, nicht nur die Umsetzung einzelner und unkoordinierter Teile. Es ist ein Problem für die Hispanoamerikaner, wenn sie das Know-how einkaufen und in ein Netzwerk investieren müssen, bevor sie geeignete Marketing-Konzepte erstellen können. Die Kooperation mit empirischen Medienforschern, wie zum Beispiel Universitäten, kann in solchen Fällen von Vorteil sein.

Die Instrumente der Kommunikationspolitik sind Werbung, Personal Selling/Verkaufsförderung, Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit. Sponsoring ist für hispanoamerikanische Filme nur im Einzelfall geeignet und kann vernachlässigt werden. Das Budget der untersuchten Filme sieht vom Produzenten her nur 10-20 % der Produktionskosten für Marketing vor.³⁰⁷ Für herkömmliche Werbung (im Fernsehen, Radio oder Internet, in den Printmedien sowie auf Plakaten) bleiben entsprechend eingeschränkte

³⁰⁷ Ein durchschnittlicher Hollywoodfilm verwendet ein Drittel seines Budgets (31 Millionen US-Dollar) für Marketing und Startkosten allein in Nordamerika und geschätztweise den gleichen Betrag für den Weltmarkt, insgesamt also über 60 Millionen US-Dollar (Blanchet 2003).

Möglichkeiten. Öffentlichkeitsarbeit, vor allem Pressearbeit, nimmt einen großen Teil der Kommunikationspolitik für die untersuchten Filme ein. Ein geeignetes Mittel zur Verbreitung der zu erstellenden Materialien ist eine Internetseite. Öffentlichkeitsarbeit umfasst das Schreiben und Verbreiten von Pressemitteilungen, vorgefertigten Themenbeiträgen und Artikeln für Journalisten; ebenso Biografien, Synopsen, die Organisation von Pressekonferenzen, die Beantwortung von Presseanfragen, die Durchführung von Journalistenreisen und Interviews. Das Personal Selling nimmt einen weiteren wichtigen Teil im Kommunikationsmix ein, gerade in einem Medium, welches durch die Bekanntheit seiner Akteure bestimmt wird. Die Verkaufsförderung beinhaltet Reisen des Regisseurs zu Filmpremieren, Filmfestivals und Preisverleihungen, zum Teil begleitet durch Schauspieler oder Produzenten. Bezeichnenderweise nimmt die Promotiontour in der Regel eine weitaus längere Zeitspanne als der Dreh in Anspruch. Für hispanoamerikanische Filme liegt die Zukunft der Kommunikationspolitik weiterhin in der Öffentlichkeitsarbeit, den internationalen Preisverleihungen und Filmfestivals sowie in steigendem Maß im Medium Internet.

4.3.1 Internet

Das Netz bietet sich durch seine interaktiven audiovisuellen Möglichkeiten für das Produkt Film geradezu an. Film ist auf die Interaktion mit dem Rezipienten zum Verständnis angewiesen, ebenso das Internet. Das Medium Film hat ein großes Fanpotential, welches im Internet virtuell ‚ausgelebt‘ werden kann. Es gibt tausende von Filmseiten, die sehr unterschiedliche Perspektiven des Films beleuchten. Internetnutzer suchen online aktuelle Kinoprogramme, die Spielzeiten der Filme und Informationen dazu. Sie tauschen sich in Filmforen aus und suchen ihresgleichen. Weltweite Filmkritiken von internationalen Filmen können schon vor dem lokalen Filmstart im Internet gelesen werden. Ein Indiz für das Fanpotential und das Interesse am Medium Internet im Filmbereich ist die *Internet Movie Database* (www.imdb.com), eine der 50 meistbesuchten Internetseiten mit über 27 Millionen Besuchern pro Monat.³⁰⁸ Das Internet stellt eine sehr gute Möglichkeit für eine internationale Kommunikationspolitik dar, da Ländergrenzen überwunden werden. Eine E-Mail von Frankfurt nach München kostet das Gleiche wie eine von Mexiko-Stadt nach München. Das Ansehen von einer kolumbianischen Internetseite in Deutschland ist ebenso einfach und preiswert wie das Lesen der Zeit online. Das Internet entwickelt sich zunehmend und wird weltweit von einer steigenden Anzahl von Menschen genutzt. Die Schwellen- und Entwicklungsländer liegen in ihrer Nutzungsstruktur weit hinter den USA oder Europa. In Lateinamerika und der Karibik hat sich jedoch laut UN-Angaben die Anzahl der Internetnutzer von 1999 bis 2002 auf über 35 Millionen verdoppelt.³⁰⁹ Das Internet eignet sich mit 28 und 29 % der weltweiten Nutzer vorwiegend zur Kommunikation in Europa und den USA, doch der eigene Binnenmarkt zieht langsam nach.

Ein Vorteil von Kommunikation und Werbung im Internet liegt darin, dass die Reaktion der angesprochenen Verbraucher unmittelbar gemessen werden kann und die Kommunikation schnell und ohne viel Kostenaufwand an die Bedürfnisse der Konsumenten

³⁰⁸ Quelle: <http://www.alexa.com/data/details?url=www.imdb.com>, letzter Zugriff: 8.06.2005. In der Internet Movie Database finden sich laut eigenen Angaben Daten zu 300.000 Filmen und 1 Million Filmschaffenden. Ebenfalls verzeichnet sind Filmprojekte und Filmfirmen, Filmkritiken und Filmforen. Trailer können heruntergeladen, Interviews gelesen und Newsletter abonniert werden. Die Informationen, die dort zu den untersuchten drei Filmen zu lesen sind, sind umfangreich und in erstaunlichem Maß verlässlich.

³⁰⁹ Das entspricht 6 % der weltweiten Nutzermenge: United Nations Conference on Trade and Development, *E-commerce and Development Report 2003*, New York (UNCTAD) 2003, S. 4f.

angepasst werden kann. Das Internet birgt durch Kopierv Verfahren Gefahren der Verletzung des Copyrights. Die Vervielfältigung und Kopie sind im Bereich der Kommunikation jedoch wünschenswert. Im Bereich der Vervielfältigung und Distribution haben Möglichkeiten des Kopierens im Internet im untersuchten Korpus keine erwähnenswerte Relevanz, da zu wenige Nutzer die Daten online zur Verfügung stellen.³¹⁰

Das Internet kann zu allen Teilen des Kommunikationsmix eingesetzt werden. Filme können durch E-Mails (z.B. in Form von Werbung in Filmnewslettern), Online-Werbung durch Banner, bezahlte Sucheinträge, Pop-Ups oder eigene Webseiten bekannt gemacht werden. Eigene Webseiten bieten sich für Nischenprodukte an, da sie auch mit wenigen finanziellen Mitteln erstellt werden und eine potenziell große Gruppe an weltweiten Empfängern haben können. Während zu Zeiten von *Fresa y Chocolate* (1993) das Internet nur von wenigen für wenige genutzt wurde, hat *Amores Perros* (2000) bereits drei Homepages. Eine eigene, temporär verfügbare Internetseite (www.amoresperros.com), eine ebenfalls temporäre vom US-amerikanischen Verleiher Lionsgate (<http://lionsgatefilms.com/amoresperros/html/>) und eine noch bestehende vom spanischen Verleiher Filmax



Abbildung 54: Spanische Internetseite von *Amores Perros* (<http://movies.filmax.com/amoresperros/>; letzter Zugriff: 09.09.2004)

Die Internetseiten von *Amores Perros* umfassen(ten) technische Angaben, die Synopsis, die Besetzungsliste, eine Liste der gewonnenen Preise, Ausschnitte aus Kritiken und Interviews. Bilder, kurze Filmszenen und Plakate können (bzw. konnten) angesehen werden, Bildschirmsschoner und Trailer heruntergeladen und im Forum über das Filmerlebnis diskutiert werden. Durch die Synopsis, die Interviews und das Design der Seite werden dem Empfänger im Voraus ein Anreiz zum Konsum und im Nachhinein Interpretationshilfen zum Werk sowie Austauschmöglichkeiten im Forum gegeben. Weder *Fresa y Chocolate* noch *La Vendedora de Rosas* hatten einen eigenen Internetauftritt. Bei *Fresa y Chocolate* liegt das zum einen am Alter des Filmes und zum anderen an der Sonderstellung von Kuba im Bereich Internet. Internetwerbung für Filme auf der Insel ist nicht sinnvoll, da der Zugang nur sehr begrenzt erlaubt ist. Den Effekt, den eine über das Netz laufende Kommunikationspolitik im Filmbereich für auf Kuba lebende Kubaner haben kann, ist verschwindend gering. Internetwerbung für Filme von der Insel für andere Märkte ist sinnvoll. Ein Problem dabei ist

³¹⁰ Im untersuchten Korpus liegt die Bedrohung offline in Kopierv Verfahren von DVDs und Videos.

ein unbegrenzter Zugang zum Internet, was die Pflege einer solchen Seite notwendig macht. Der fehlende Internetauftritt von *La Vendedora de Rosas* lässt sich auf das Alter der Produktion, auf die finanzielle Lage bei Fertigstellung des Filmes sowie auf die zerstückelte und wenig strukturierte Kommunikationspolitik der Filmemacher zurückführen.

4.3.2 Filmfestivals

Die internationale Kommunikationspolitik hat sich in den letzten Jahren durch die Verbreitung des Internets wesentlich vereinfacht. Gleichzeitig behalten klassische Bereiche der Kommunikationspolitik wie Filmfestivals und internationale Preisverleihungen ihre Bedeutung. Filmfestivals wie das *Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano* in Havanna haben eine zentrale Rolle in der Vernetzung filmischer Aktivitäten. Weitere nennenswerte Festivals aus den untersuchten drei Ländern sind die kolumbianischen *Festival de Cine Internacional Bogotá* und *Festival de Cine y TV Cartagena* sowie die mexikanische *Muestra del Cine in Guadalajara*. Außerhalb des Kontinents gibt es weitere Events, welche sich auf spanischsprachige Filme konzentrieren. In den USA sind sie in Miami und Chicago zu finden, in Spanien sind es die Festivals von Lleida und Huelva, in Deutschland bemüht sich im kleinen Rahmen Tübingen mit dem *Cine Latino*, in England organisiert neuerdings eine überschaubare Gruppe das *Latin American Film Festival* in London und in Frankreich gibt es sie in Toulouse und Biarritz. Das Festival von San Sebastián ist mit der Sektion mit ‚Horizontes Latinos‘ ein wichtiger Anlaufpunkt für die Kommunikationspolitik eines Filmes. Koproduktionsmärkte gibt es sowohl in Huelva wie auch – allerdings auf alle Kontinente bezogen – auf dem Internationalen Filmfestival Mannheim Heidelberg, der gleichzeitig eine Sektion Sales & Distribution anbietet, sowie in Rotterdam.

Filmfestivals sichern die Rezeption der Filme auf dem eigenen Kontinent und bringen wie ihre nordamerikanischen und europäischen Pendanten Prestige. Die führenden Festivals ziehen die Aufmerksamkeit der Filmindustrie und der Presse auf sich und stellen eine hochattraktive Plattform für Pressetermine, Interviews, frühe Filmbesprechungen und weltweite Berichterstattung dar. Festivals als PR-Mittel können den bevorstehenden Kinostart eines Filmes effizient vorbereiten. Sie sind häufig zweigeteilt: Sie haben einen Filmmarkt, bei dem sich Filmverleiher und Verkäufer (Agenten, Produzenten oder Studiovertreter) treffen, und einen Wettbewerb, in dem neue Filme einer Jury von Filmexperten gezeigt und mit Preisen ausgezeichnet werden. Die Filmmärkte zum Vertrieb oder zur (Ko-)Produktion, welche sich an den verschiedenen Stellen eines Filmprojektes einklinken, schließen sich immer öfter an die Festivals an, wie dies in Guadalajara der Fall ist. Ein anderes Beispiel im Binnenmarkt ist der Projektmarkt des argentinischen *Festival de Cine Independiente de Buenos Aires*. Festivals sind gute Kommunikationsinstrumente und dienen so zusätzlich dem Vertrieb eines Filmes, indem sie Kontakte herstellen und Raum für Verkaufsgespräche und Vertragsabschlüsse bieten. Für Filme, welche sich teure Kommunikationsinstrumente und -strategien nicht leisten können, sind sie unersetzbar. Hispanoamerikanische Filme und ihre Filmemacher können in anderen Ländern präsent sein, weil die Reisen der Regisseure, Produzenten und/oder Schauspieler zu den Festspielen sowie die Hotelkosten teilweise oder gänzlich von der jeweiligen Festivalleitung übernommen werden. Es ist für sie zum Teil die einzige Möglichkeit, ihre Werke einem internationalen Publikum vorzustellen.

Die Auswahl der Filmfestivals kann den weiteren Verlauf der Vermarktung entscheidend beeinflussen. Wer einen großen Preis in Cannes gewinnt, hat internationale Chancen auf einen Verleihvertrag: Der Ruf eines Festivals kann viele Tore öffnen. Bei der Bewerbung bei solchen Veranstaltungen sind Voraussicht und Kalkulation notwendig. Lohnt es sich, den Start eines Filmes hinauszuzögern, nur damit er auf einem bestimmten Festival Premiere hat? Welt- und Landespremieren sind Voraussetzung für die Bewerbung vieler Festivals. Oder ist es wichtiger, den Film schnell auf den Markt zu bringen und einen positiven Kapitalfluss zu verzeichnen?

4.3.3 Internationale Preisverleihungen und Nominierungen

Internationale Nominierungen und Auszeichnungen bringen Ansehen mit sich, was zu Werbezwecken positiv eingesetzt werden kann. *Amores Perros* hat einen Großteil seiner Werbekampagne über die Uraufführung und den Preis in Cannes sowie die



Oscarnominierung laufen lassen. Das nebenstehende Filmplakat, welches gleichzeitig auf vielen Märkten das Cover der DVD ist, nutzt die Preisverleihungen als Werbeaufhänger. Im oberen Bereich ist die Nominierung für den Oscar erwähnt (*Academy Award Nominee Best Foreign Language Film*) und im unteren Bereich sind andere Festivals auszeichnungen und -nominierungen genannt (*Winner Best Film Cannes International Film Festival Critic's Week – Flanders International Film Festival – Chicago usw.*). Auf der Rückseite der DVD wird diese Strategie weitergeführt. Preise sowie die Oscarnominierung werden wiederholt und Zeitschriftenkritiken zitiert. Die Werbebotschaft scheint zu sein: „Wer sich zu den Cinephilen zählen will, muss mich gesehen haben, um mitreden zu können.“ Auch der zweiminütige Trailer verwendet die letzten 15 Sekunden der Bildspur exklusiv zur Einblendung der Namen der Festivals und Nominierungen/Preise. Damit diese Strategie wirkt, ist der Bekanntheitsgrad der Preise und Nominierungen entscheidend. Die Oscarnominierung von *Fresa y Chocolate* in der gleichen Kategorie, *Best Foreign Language Film*, war 1995 nicht nur ein großer Erfolg für den Film als solchen, sondern als politisches Statement werbetechnisch sehr nützlich, selbst wenn er auf dem Kinomarkt bereits in einigen Ländern gelaufen war.

Preise sind nicht nur für die Kommunikationspolitik wichtig. Sie sind fester Bestandteil zur Finanzierung von Filmen und ermöglichen die Realisierung vieler hispanoamerikanischer Filmprojekte erst. Es gibt sie in allen Stadien der Filmproduktion: vor Beginn zur Projektentwicklung, dann für die Drehbuchentwicklung, des Weiteren für die Produktion, zur Fertigstellung und als Auszeichnung des fertigen Werkes. Die Mehrzahl der Preise geht mit Preisgeldern oder Unterstützung anderer Art (technischer, Know-how) einher. Die Unterstützung für die Entwicklung eines Drehbuches oder zur Weiterführung eines guten bestehenden Drehbuches durch Preisgelder ist ein Mittel, um die schwierige Anfangsfinanzierung zu gewährleisten und Nachfinanzierungen möglich zu machen.³¹¹ Víctor Gaviria benutzt nach eigenen Angaben (Interview am 19.02.2005) Preisgelder für fertige Projekte, seien es Filme, Poesie oder Literatur, zur Finanzierung seiner nächsten Ideen.

³¹¹ Als Beispiel finanziert das staatliche Filminstitut in Mexiko in 2003 die Hälfte eines Filmbudgets erst, wenn die anderen 50 % gesichert sind und davon mindestens 20 % ausländisches Kapital sind.

Hispanoamerikanische Filmemacher nutzen Filmfestivals und Preisverleihungen. Was ihnen fehlt (in den analysierten Beispielen sind Gaviria und Tabio/Alea zu nennen), ist die Entscheidung zu geplantem Filmmarketing ab Projektbeginn. Die Standardstrategie der meisten Regisseure (von einem verklärten Künstlerbild ausgehend) scheint immer noch zu sein, einen Film anzufangen und dann zu sehen, wie er fertiggestellt werden kann und ob er vermarktbar ist. Für die Positionierung von hispanoamerikanischen Filmen auf ihren Märkten sind jedoch die in 5.3. genannten vorherigen Schritte des Filmmarketings notwendig.

5 Kultureller Mainstream?

Wie so oft, klaffen Theorie und Praxis auseinander. Während in der Theorie gezeigt werden kann, wie Filme funktionieren (können) und für welches Publikum, sehen wir im praktischen Teil, warum oder wie die Theorie nicht verwirklicht wird und was dagegen von welcher Seite aus getan werden kann.

Das erste Kapitel hat gezeigt, dass Autorenfilm und Konfektionsware zwei Filmpole sind, die keine Dichotomie sein müssen, sondern voneinander profitieren können. Es hat weiterhin gezeigt, dass das von Beginn an flexible Autorenkonzept in neuer Form weiter besteht. Die Umbenennung des Autorenkonzeptes auf Regiekino möchte nicht nur auf globale Entwicklungen in der Filmwelt hinweisen und von der romantischen Sicht des künstlerischen Autors weg zum Verständnis des Filmschaffenden als leitendem Projektmanager lenken. Sie soll zudem mein Verständnis von *Film als Dialog* (Kloepfer 2006a) und Kunstwerk als Erfahrung verdeutlichen. Der Dialog findet zwischen dem Kunstwerk Film und den Zuschauern statt: die Zuschauer bringen sich durch eine vorbereitete und zeichengelenkte Eigenleistung ein und nehmen so zeichenhafte im Film angelegte Sinnangebote an. Geführt wird dieser Dialog durch komplexe filmische, semiotische und psychologische Wirksysteme, welche durch den/die RegisseurIn im Film angelegt sind: der Film impliziert die Theorie seiner Kommunikationsbedingungen (ebda.). Während dem/der RegisseurIn in dieser Sichtweise weiterhin eine entscheidende Rolle zukommt, werden die Rezipienten in das Konzept des Regiekinos als Ko-Autoren ebenso einbezogen. Die Fähigkeit des Regiekinos, das polyvalente Potential seiner heterogenen Rezipientengruppen zu erkennen und zu nutzen, ist der Kern seiner Überlebensstärke.

Die Hauptthese der Arbeit, dass die Qualität der untersuchten Filme einen verstärkten Verleih möglich macht, ist in der Filmanalyse im zweiten Kapitel untersucht und grundsätzlich bejaht worden. Für *Die Rosenverkäuferin* von Víctor Gaviria, den zweiten Teil seiner Medellíntrilogie, gilt die Einschränkung, dass dieser Film für einen speziellen Nischenmarkt geeignet ist. Von einem möglichen kulturellen Mainstream kann bei dem radikalsten der untersuchten Regiefilmen nicht die Rede sein. Die Zuschauer werden vom Film stark gefordert, was in vielen Fällen zur Überforderung und in der Konsequenz zur Ablehnung des Films geführt hat. Die (Über-)Forderung, das Abschrecken und das Unverständnis der Zuschauer sind Teil der vom Regisseur gewollten Filmerfahrung. In diesem Sinn hat der Film seine Hauptziele erreicht: Er hat in den kolumbianischen Medien eine kontroverse Diskussion über Straßenkinder eröffnet. Zudem und für das Projekt des Regisseurs weitaus entscheidender hat er in einer umstrittenen Art und Weise den im Zentrum stehenden Kindern und Jugendlichen einen Raum zur (Selbst-)Darstellung gegeben und ihre Bilder in das Kulturgut Kolumbiens aufgenommen. Ein Manko des Films ist, dass er es in vielen Fällen nicht schafft, die verunsicherten Zuschauer im weiteren Filmerlebnis für sich zurück zu gewinnen oder zu begeistern. *Die Rosenverkäuferin* ist für ein kolumbianisches Publikum konzipiert und wurde vorwiegend in Kolumbien rezipiert. In der Filmanalyse konnte nachgewiesen werden, dass er dennoch eine internationale, wenn auch homogene Zuschauergruppe ansprechen kann. Dennoch ist das Wirkangebot des Films nicht mehrdimensional genug, um unterschiedlichste Kompetenzgrade eines weltweiten Mainstream-Publikums anzusprechen. Die Folge ist, dass der Film eines seiner - langfristig wesentlichen - Nebenziele nicht erreicht hat. Er brachte dem Produzenten finanziellen Verlust und hat die erhofften Zuschauerzahlen nicht erreicht. In *Die Rosenverkäuferin* ist die praktische Umsetzung des Regiekonzeptes und der vom Regisseur anvisierten Ästhetik

verbesserungswürdig. Den filmischen Dialog führt Gaviria nach eigenen Aussagen mit seiner Heimatstadt und dessen Einwohnern. Der entscheidende Kommunikationspartner 'Rezipient' wird dabei nicht genügend beachtet. Wird *Die Rosenverkäuferin* in seinen Kontext als Teil einer Trilogie gesetzt, so lässt sich feststellen, dass Gaviria aus seiner Erfahrung gelernt hat. Er hat sich sowohl ästhetisch als auch konzeptionell weiter entwickelt. Sein *Die Rosenverkäuferin* folgender Spielfilm und letzter Teil der Trilogie *Sumas y Restas* fördert den Dialog zwischen Film und Zuschauer.

Für *Erdbeer und Schokolade* und *Amores Perros* gilt diese Einschränkung nicht. Sie können Massenware sein und haben dies in der Praxis bewiesen. *Erdbeer und Schokolade* überzeugt durch eine gute Geschichte, die zum Nachdenken anregt. Ebenso durch die exzellente schauspielerische Leistung sowie eine zum Film passende Ästhetik, die teure Spezialeffekte nicht braucht, um effektiv zu wirken. Wie in der Filmanalyse gezeigt werden konnte, ist *Erdbeer und Schokolade* ein Regiefilm per se: Er lehrt die Bedingungen seiner Rezeption selbst. *Erdbeer und Schokolade* erreicht seine Ziele und übertrifft sie. Auf unterhaltsame Weise trägt er zu den immer noch aktuellen politischen Diskussionen auf Kuba positiv bei und fesselt nicht nur die nationalen Zuschauer durch sein polyvalentes Wirkungsangebot, Toleranz und Solidarität lehrend. Unterschiedlich kompetente und aufmerksame Zuschauer lassen sich durch die ästhetischen Angebote zur emotionalen und intellektuellen Mitwirkung anregen, sie nehmen das Lernangebot auf unterschiedlichen Ebenen an. *Erdbeer und Schokolade* hat Erfolg, auf den andere Filmschaffende sowohl ästhetisch (im Sinne von 'So geht es!') als auch finanziell aufbauen können, sollten die Bedingungen der Filmpraxis, wie sie in Kapitel 3 und 4 dargestellt sind, verbessert werden können. *Amores Perros'* Stärke liegt in der gut genutzten Ästhetik, welche die Zuschauer durch einen dominanten sympraktischen Eindruck prägen. Er ist kein reines Regiekino, sondern nimmt Merkmale des Kommerzkinos in sich auf, ohne sinnentleert alte Rezepte zu reproduzieren. Im Gegenteil, die Story ist innovativ gestaltet, geschickt verknüpft und interessant erzählt. Seine Reflexion auf aktuelle Themen ist anregend und meiner Meinung nach gewinnbringend. Der Film ist ein exzellentes Beispiel für die Verwendung von Montage, Schnitt, Filmmaterial und Filmtechniken zur Steuerung der Zuschauer(-reflexe). Die Strategien zur Produktplatzierung auf dem Weltmarkt, die gesamte Vermarktung des Filmes und sein Einsatz als Ausgangspunkt für die Karriere des Regisseurs und seines Filmteams sind ebenfalls vorbildlich.

Kapitel 3 und 4 widmen sich der Frage, inwieweit ein kultureller Mainstream möglich sein kann. Ein verstärkter Verleih ist von der Qualität der Filme her theoretisch möglich, doch wieviel Ausweitung ist tatsächlich denkbar? Die Praxis der Filmindustrie der drei ausgesuchten Länder mit ihren medienspezifischen wirtschaftlichen, politischen und sozialen Bedingungen sowie regionalen Gemeinsamkeiten in Kapitel 3 zeigt, dass Raum auf dem Markt nicht per se da ist, sondern geschaffen werden muss. In Kolumbien ist die Situation für die Filmindustrie um die Jahrtausendwende denkbar schlecht. Das Land steht in einem Bürgerkrieg, die neoliberale Wirtschaftspolitik wirkt gemeinsamen hispanoamerikanischen Filmbemühungen entgegen und das heimatliche Mediensystem wird von zwei Großkonzernen beherrscht, welche ihre Medienzeit durch us-amerikanische Billigprodukte oder heimische Telenovelas auffüllen. Die produktbetriebene Filmwirtschaft braucht jedoch die begleitende Berichterstattung über und die Verwertung durch das eigene Mediensystem, um die Nachfrage zu stimulieren. Die staatliche Filmförderung ist bis zur Gründung und staatlichen Unterstützung der privaten Stiftung *Proimagenes* in 1997 starken Fluktuationen

ausgesetzt. Die Konsequenz der geschilderten Situation sind durchschnittlich 2,4 nationale Spielfilme pro Jahr und eine hohe Auswanderungsquote unter den Kreativen. Inzwischen hat sich die Produktion mehr als verdoppelt und es gibt erneute Berichte über das Erwachen des kolumbianischen Kinos (siehe „Colombia's film-industry boom“ *The Guardian* vom 20.10.2006). Eine eigene Filmindustrie und die weltweite effiziente Vermarktung ihrer Produkte ist noch immer außer Sicht. Auf Kuba haben sich die Produktionszahlen mit ungefähr 3 Spielfilmen pro Jahr in den letzten 15 Jahren seit dem Beginn der Krise nicht verändert. Die Bewertung der Filmwirtschaft und -politik gestaltet sich durch die fehlenden objektiven Informationsquellen schwierig. Kubas Filmindustrie bringt gute Filme hervor, ist aber ebenso wie Kolumbien und Mexiko Fluktuationen in der Filmpolitik und -förderung ausgesetzt. Seit dem vorübergehenden Abtritt Fidel Castros am 31. Juli 2006 und mit seiner andauernden Abwesenheit gibt es mehr denn je Spekulationen über die politische, wirtschaftliche und soziale Zukunft Kubas, die Filmindustrie einbegriffen. Die Tendenzen in Mexiko sind positiv, die Produktionszahl war 2005 die Höchste in über 10 Jahren. Die Regierung Fox hat die Zensur gelockert und private Investitionen durch die Möglichkeit der Steuervorteile gefördert. Die Filmindustrie ist vom Staat unabhängiger geworden, ohne ganz auf ihre Unterstützung verzichten zu müssen. Die geplante Liberalisierung der Wirtschaft hat vor den zentralen Filminstitutionen nach Einspruch des Parlaments insofern Halt gemacht, als die zentralen Einrichtungen zur Ausbildung von Filmschaffenden sowie Produktion und Archivierung von Filmen weiter existieren. Mexikanische Produktionen haben in den letzten Jahren vermehrt durch Koproduktionen internationale Vorführorte gefunden und die Sympathie des mexikanischen Publikums zurückgewonnen. Neben den in 3.5.4 aufgezählten Problemen der mexikanischen Filmindustrie ist die spezifische Abhängigkeit der heimischen Wirtschaft von den USA negativ zu bewerten, da sie Mexiko bei internationalen Wirtschaftsabkommen in eine ungünstige Position bringt. Ebenso trägt das bipolare Mediensystem analog zu Kolumbien nicht zur Entwicklung des heimischen Kinosektors bei. Die Quoten der einheimischen Produktionen auf dem Kinomarkt sind gestiegen, unterschreiten die 10 % Marke jedoch weiterhin und dümpeln neben der 80 prozentigen Dominanz us-amerikanischer Produkte.

Der kulturelle Imperialismus der USA ist eine Gegebenheit, die vielschichtige Ursachen hat und die nur durch langfristige und internationale Bemühungen veränderbar sein wird. 3.2.1 nennt notwendige Strategien zur Weiterentwicklung der Kino- und Filmsektoren der untersuchten hispanoamerikanischen Länder, wobei der Kern die Einsicht der Notwendigkeit eines systematischen kulturellen Managements ist. Die Anerkennung der Unterhaltungsindustrie als Geschäftslücke durch die betreffenden Regierungen und ihre Einstufung als strategisch wichtig wäre ein wesentlicher Schritt in die richtige Richtung. Dabei ist nicht die nationale Filmförderung durch Fördermittel und Zuschüsse zur Filmproduktion entscheidend, sondern die Anregung und Unterstützung einer konstanten Filmindustrie sowie eines gesunden Marktes. Die bestehende Dichotomie der Filmländer in der Welt ist der Beweis dafür (die Länder mit der geringsten staatlichen Unterstützung, z.B. die USA, Indien oder Hongkong, haben die besten Kinoindustrien mit den höchsten Exportquoten, während andere Länder wie Österreich oder Luxemburg mit hoher staatlicher Unterstützung keine Kinoindustrie haben und auf Importe angewiesen sind; siehe UNESCO 2000). Daher ist der Trend der untersuchten Staaten, weniger direkte Filmfinanzierung zu betreiben nicht unbedingt negativ zu bewerten, wenn stattdessen staatliche Maßnahmen zur Ankurbelung von privaten Investitionen vorliegen. Wichtiger als Filmfinanzierung sind gerade in Hispanoamerika Gesetzgebungen zum Schutz der Filmrechte und des Copyright sowie

zwingend Mechanismen, um diese Gesetze durchzusetzen. Erst dann können Bemühungen im Kinosektor wie die Ibermedia gezielter Ergebnisse bringen, anstatt ein 'Tropfen auf dem heißen Stein' zu sein.

Warum Kinoverleiher es nicht wagen bestimmtes hispanoamerikanisches Regiekino zu verleihen und warum so wenig hispanoamerikanische Filme in Europa zu sehen sind, wird beim Anblick des Zahlenmaterials in Kapitel 4 schnell klar: Die Aufteilung des Marktes erlaubt kleinen Produktionen wenig Spielraum. Es wird ebenso deutlich, dass hispanoamerikanische Filme in naher Zukunft kleine Produktionen (gemeint sind Produktionen mit einem Budget unter 5 Millionen Euro) bleiben werden. Nach Abzug des us-amerikanischen und ausländischen Anteils am nationalen Gesamtmarkt bleiben selbst in größeren Filmländern wie Mexiko im besten Fall 10 % oder 40 Millionen Euro Eintrittsgelder für eigene Produktionen. Der Anteil lateinamerikanischer Filme am us-amerikanischen und europäischen Markt liegt unter 0,5 %: Die Chancen für hispanoamerikanisches Kino liegen zur Zeit ausschließlich in der Nische. Um die Nische auszubauen, müssen zunächst grundsätzliche Probleme identifiziert werden. Im Binnenmarkt liegen sie:

a) im Medienklima: Die Bipolarität der Fernsehsender bzw. Mediensysteme in Mexiko und Kolumbien sowie die Einzelmacht auf Kuba ist ein Problem für die Entwicklungsmöglichkeiten auch im Filmbereich. Das Mediensystem bringt die Berichterstattung zum Kinostart in der ersten Phase der Auswertung eines Filmes, leistet die Hauptarbeit der Vorbereitung auf die folgenden Glieder der Verwertungskette eines Filmes und schließt den Fernsehmarkt als wichtige Einnahmequelle ein. Zudem ist das Fernsehen häufiger Koproduzent von Spielfilmen. In Mexiko liegt die finanzielle Beteiligung der Broadcaster an der Filmbranche bei 10 %. Seit den 1980er Jahren sinkt die weltweite Anzahl an Spielfilmproduktionen, während die globalen Zuschauerzahlen (von Kino und Fernsehen) ständig wachsen, was unter anderem am Zusammenwachsen der Branche und den Machtstrukturen liegt. In Mexiko und Kolumbien passen die Mehrzahl nationaler Produktionen nicht in das Konzept der Medienkonzerne. Der nationale Fernsehbereich ist somit für sie versperrt. Dies ist auf Kuba nicht der Fall. Unglücklicherweise ist hier der Fernsehmarkt (und der Videomarkt) durch die Struktur der Marktwirtschaft keine ernstzunehmende Einnahmequelle.

b) in der hohen Fluktuation der Produktionszahlen und Fluktuationen in der Filmindustrie: Die technische Ausrüstung der Industrie ist instabil und es fehlt an langfristig wirksamen Stützungsmechanismen des Kinobereiches durch bestehende Institutionen, welche nicht den politisch-staatlichen Wechselhaftigkeiten ausgesetzt sind.

c) in der Finanzierung: Hiermit ist nicht ausschließlich die Finanzierung der Produktion gemeint, sondern explizit die Finanzierung der Marktbearbeitung und Distribution. Die Kapazitäten für ein gezieltes, umfangreiches und langfristiges Film-Management sind nicht vorhanden und ein Missmanagement eine drohende Folge.

d) in der Distribution und dem Vertrieb: Dies ist meiner Meinung nach das Hauptproblem, welches zwar erkannt, aber nicht bearbeitet wird. Ein Beispiel ist die Förderung hispanoamerikanischer Filme durch Ibermedia. Während die Tabelle 3 (Förderungsprojekte Ibermedia 1998-2003) sich liest, als würde Ibermedia ebenso viele Projekte in der Distribution unterstützen, wie in der Koproduktion, ist der qualitative Aspekt leicht übersehen: 10.000 \$ Höchstfördermenge für Distribution stehen 200.000 \$ für Koproduktion gegenüber.

Da die Produktion in Hispanoamerika stattfindet, sind die Probleme auf dem us-amerikanischen und europäischen Markt im Bereich Finanzierung der Marktbearbeitung und in der Distribution anzusiedeln. Da die Größe des eigenen Binnenmarktes vielversprechend ist und ungenutztes Potential vorhanden ist, welches durch das bestehende Angebot abgedeckt werden könnte, wenn Verleihwege ausgeweitet und Zuschauerpräferenzen positiv beeinflusst werden, liegt es nahe, im Kinobereich den Binnenmarkt verstärkt anzugehen. Das dringend benötigte Wachstum kann in Regionen erfolgen, in denen die Nische noch nicht besetzt ist, zum Beispiel durch die Aufführung von kolumbianischen Filmen in Mexiko. Meine Schlussfolgerung ist daher, im eigenen Binnenmarkt vorhandene Bemühungen weniger auf die Produktion von Filmen zu lenken und mehr auf die vernachlässigten Aspekte binnenmarktliche Kommunikationspolitik sowie Distribution. Der Traum eines kulturellen Mainstreams muss im Binnenmarkt nicht utopisch sein, wenn er über die Nische entwickelt wird. Die gleichzeitige Bearbeitung von anderen Märkten wie Europa und die USA kann Symbioseeffekte bewirken. Die USA sind ein harter Markt und machen gemeinsame Strategien, wie in 3.2.1 genannt, notwendig. Hier scheint ein Übergang vom Nischenmarkt zum Massenmarkt unrealistisch. Die Verhältnisse in Europa sind ähnlich, lateinamerikanische Filme machen 0,35 % oder 3,5 Millionen Eintrittskarten aus (Zahlenmaterial von 2003). Die Markteintrittsbarrieren für den europäischen Markt sind zudem vielfältiger als in den USA: Die Zuschauergruppen sind klein und zersplittert, die Verleihersituation ebenso. Praktisch jedes Land muss mit einer individuellen Vermarktungsstrategie angegangen werden. Dennoch könnte eine umfassende, länderspezifische Marktbearbeitung die Ausweitung der Zuschauergruppen von hispanoamerikanischen Filmen erreichen. Ein werbewirksamer Kinostart im eigenen Land, beziehungsweise dem Binnenmarkt oder in den USA hilft dem Verleih in Europa, wie die erfolgreichsten Beispiele gezeigt haben (siehe 4.1.3).

Die Probleme bei der Produktion und die Markteintrittshindernisse bei dem Vertrieb von hispanoamerikanischen Filmen im Kinobereich sind vielfältig. Obwohl die Vorführung im Kino global nur etwa 26 % der Einnahmen eines durchschnittlichen Filmes ausmachen, ist sie das erste und wichtigste Glied der Verwertungskette (siehe 4.2.1) und kann daher nicht übergangen werden: Ohne die Vorführung im Kino ist der Vertrieb von Spielfilmen über Fernsehkanäle und Videotheken zwar nicht unmöglich, wird jedoch erschwert und spricht zudem andere Kundensegmente an, was wieder eine andere Marktbearbeitung notwendig macht. Es gilt also, Markteintrittshindernisse im Kinobereich zu überwinden, um zu den anderen, weitaus lukrativeren und oftmals vernachlässigten Gliedern der Wertschöpfungskette zu kommen und ein langfristiges Überleben sowie eine Zunahme von hispanoamerikanischen Filmen zu ermöglichen. Die Wertschöpfung auf alle Stufen des Produktlebenszyklus und die gezielte Ausweitung des Videomarktes muss dazu erklärtes Ziel sein.

Strategien zur Überwindung der Barrieren schließen die grundsätzliche Bearbeitung des Weltmarktes ein. Sowohl auf hispanoamerikanisch-gemeinsamer Ebene, indem Organisationen wie die CAACI durch Markt- und Wettbewerbsanalysen Wissen schaffen, bereitstellen und Marketingpläne entwerfen, als auch auf national-bildungspolitischer Ebene, indem die Industrie und die Wissenschaft und/ oder Filminstitutionen kooperieren und auf individueller Ebene, indem Filmemacher sich als Projektmanager definieren und ihre Zielgruppe im Auge behalten. Bei der Analyse von *Die Rosenverkäuferin* wurde deutlich, wie wichtig die Definition und Beachtung der Zielgruppe von Projektbeginn an ist. Während

Sumas y Restas diesen konzeptionellen Fehler nicht wiederholt, ist dennoch zu befürchten, dass auch diesem Teil der Trilogie durch mangelndes Filmmarketing wenig Beachtung geschenkt werden wird und ein weiterer guter Film letztendlich keinen finanziellen Erfolg darstellen wird.

Die Ausnutzung der genannten positiven Einflussfaktoren könnte relativ kurzfristig die Anzahl der im Kino vorgeführten Binnenmarktfilme vervielfachen. Am Beispiel Kolumbien kann gesehen werden, wie schnell seit 2000 Produktionszahlen in die Höhe gehen, wenn ein Institut Kompetenzen bündelt. Einfache und billige Maßnahmen wie die regelmäßige Erstellung eines Rundbriefes (siehe das kolumbianische Beispiel *Claqueta* vom 15.07.2006 im Anhang) erreichen Tausende von Filmschaffende und schaffen Netzwerke, indem sie zu den offiziellen Informationen der herausgebenden Organisation (im Beispiel Informationen des Kultusministeriums zu Verhandlungen, Neuerungen, Tagungen und Abkommen) die Aktivitäten von internationalen Institutionen bekannt machen, nationale Filme (und -ereignisse) vorankündigen sowie diskutieren, relevante Ausschreibungen kundgeben und auch Kleinanzeigen wie 'Kamera günstig zu verleihen' aufnehmen. Da Filmschaffende häufig selbst nicht wissen, welche Verleiher in einem bestimmten Land eine zu ihnen passende Geschäftsstruktur haben, kann zum Beispiel die Bekanntgabe der Verleiher von ähnlichen Filmen bereits ein entscheidender Hinweis sein. Hat ein Film erst einmal das Label 'Erfolg', so lässt sich darauf in allen Märkten aufbauen, wie *Amores Perros* und *Erdbeer und Schokolade* vorführen konnten.

Quellenverzeichnis

Literaturverzeichnis

- Alanís, Dafne/ Robledo, Diana/ Said, Mercedes, *Oferta cinematográfica en el continente americano*, Guadalajara (hiper-textos) 2003.
- Albersmeier, Franz-Josef (ed.), *Texte zur Theorie des Films*, Stuttgart (Reclam Nr.9943)⁴ 2001.
- Alea, Tomás Gutiérrez, *Tomás Gutiérrez Alea. Poesía y Revolución*, Las Palmas (Filmoteca Canaria Collección Voz Propia 1) 1994.
- Alea, Tomás Gutiérrez, *Dialéctica del espectador*, Mexiko Stadt (Federación Editorial Mexicana) 1983.
- Alsina Thevenet, Homero, "Latin America: Generals, Civilians and Cinema" in: Petrie, Ruth, *film and censorship*, London (Cassel) 1997, S. 91-96.
- Altenburg, Tilman, *Mexiko: Ende der institutionalisierten Revolution und Aufbruch in die Weltwirtschaft*, Bonn (FES) 1998.
- Alvarado, Manuel und King, John und López, Ana M. (ed.), *Mediating two worlds. Cinematic Encounters in the Americas*, London (BFI) 1993.
- Alvarez, Carlos, *Sobre Cine Colombiano y Latinoamericano*, Bogotá (Ediciones de la Universidad Nacional de Colombia) 1987.
- Alvarez, José Manuel, *Bases de la política para el sector cinematográfico*, Bogotá (Universidad Externado de Colombia) 1999.
- Appeldorn, Werner van, *Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion: Psychologie, Gestaltung, Technik*, München (TR-Verlag Uni) 1992.
- Armes, Roy, *Third World Film Making and the West*, Berkeley/ Los Angeles/ London (University of California Press) 1987.
- Arnheim, Rudolf, "Film als Kunst", in: Albersmeier, Franz-Josef (ed.), *Texte zur Theorie des Films*, Stuttgart (Reclam) 1995, S. 179-203.
- Astruc, Alexandre, "Die Geburt einer neuen Avantgarde: die Kamera als Federhalter" in: Kotulla, Theodor (Hrsg.), *Der Film, Manifeste, Gespräche, Dokumente*, München (R. Piper & Co) [1948] 1964, S. 111-115.
- Alexandre Astruc. "Die Geburt einer neuen Avantgarde: Die Kamera als Federhalter. (1948)" in: Christa Blümlinger und Constantin Wulff (Hgg.). *Schreiben Bilder Sprechen*. Wien (Sonderzahl) 1992, S. 199 – 204.
- Ayala Blanco, Jorge, *La fugacidad del cine mexicano*, México D.F. (Oceano) 2001.
- Baratta, Mario von (Hg.), *Fischer Weltalmanach*, Frankfurt am Main (Fischer Verlag) jeweils 2000/2001/2002/2003
- Barber, Stephen, *Projected Cities. Cinema and Urban Space*, London (Reaktion Books) 2002
- Barnard, Timothy und Rist, Peter (ed.), *South American Cinema. A critical Filmography 1915-1994*, London/ New York (Garland) 1996.
- Barthes, Roland, *Elemente der Semiologie*, Frankfurt/ Main (Syndikat) 1979.
- Barthes, Roland, *Das semiologische Abenteuer*, Frankfurt/ Main (suhrkamp) 1988.
- Bazin, André, *Was ist Kino? Bausteine zu einer Theorie des Films*, Köln (DuMont) 1975.
- Berg, Jan und Hickethier, Knut (Hrsg.), *Filmproduktion Filmförderung Filmfinanzierung*, Berlin (Sigma) 1994.
- Bernecker, Walter (ed.), Tobler, Hans Werner (ed.), *Handbuch der Geschichte Lateinamerikas. Band 3*, Stuttgart (Klett-Cotta) 1996.

- Betancourt, Rolando, *rollo critico*, Havanna (Torriente) 1991.
- Blanchet, Robert, *Blockbuster. Ästhetik, Ökonomie und Geschichte des postklassischen Hollywoodkinos*, Marburg (Schüren) 2003.
- Blind, Sofia und Hallenberger, Gerd (Hrsg.), *European Co-Productions in Television and Film*, Heidelberg (Universitätsverlag C. Winter) 1996.
- Bordwell, David, Thompson, Kristin, *Filmart. An Introduction*, New York (McGraw-Hill)⁵ 1997.
- Bordwell, David, *Visual Style in Cinema. Vier Kapitel Filmgeschichte*, Frankfurt/ M. (Verlag der Autoren) 2001.
- Briesemeister, Dietrich und Zimmermann, Klaus (Hrsg.), *Mexiko heute*, Frankfurt (Vervuet) 1996.
- Bremme, Barbara, "Extremsituationen regen sehr zum Erzählen an" in: Gabbert, Karin et al. (Hrsg.), *Medien und ihre Mittel. Jahrbuch Lateinamerika Analysen und Berichte 28.*, Münster (Westfälisches Dampfboot) 2004, S. 51-66.
- Bremme, Barbara, *Movie-mientos: Lateinamerikanischer Film - Schlaglichter von unterwegs*, Stuttgart (Schmetterling Verlag) 2000.
- Bremme, Barbara, "Film als Rebellion" in: Rother, Rainer (Hrsg.), *Mythen der Nationen: Völker im Film*, München/ Berlin (Koehler & Amelang) 1998, S. 185-200.
- Bird, Graham, *Latin America's economic future*, London (Academic Press) 1994.
- Bulgakowa, Oksana, *Sergej Eisenstein*, Berlin (Potemkin Press) 1997.
- Caballero, Rufo und Galiano, Carlos (Hrsg.), *Cien años sin soledad. Las mejores películas latinoamericanas de todos los tiempos*, Madrid (Editorial Letras Cubanas) 1999.
- Castellanos Valenzuela, Gonzalo, *Sistema legal de la industria cinematográfica en Colombia 2000*, Bogotá (UN) 2000.
- Castro, Fidel, *Palabras a los intelectuales*, Havanna (Ediciones del Consejo Nacional de Cultura) 1961.
- Caughie, John (Hrsg.), *Theories of Authorship*, London (Routledge & Kegan) 1981.
- Chanan, Michael, *Cuban cinema*, Minneapolis (University of Minnesota Press) 2004.
- Chanan, Michael, 'Neue Kinematographien in Lateinamerika', in: Nowell-Smith, Geoffrey, *Geschichte des internationalen Films*, Stuttgart/Weimar (Metzler) 1998: 703-710
- Chion, Michel, *Audio-Vision: Sound on Screen*, New York (Columbia University Press) 1994.
- Church-Gibson, Pamela und Hill, John (Hrsg.), *The Oxford Guide to Film Studies*, Oxford (Oxford University Press) 1998.
- Ciuk, Perla, *Diccionario de Directores del Cine Mexicano*, México D.F. (Conaculta) 2000.
- Clarkson, Stephen, "The Economics of Change and the Challenge of Development" in: Selee, Andrew und Tulchin, Joseph (Hrsg.), *Mexico's Politics and Society in Transition*, London (Rienner) 2003.
- Crandall, Russell, *Driven by Drugs: U.S. Policy Toward Colombia*, London (Rienner) 2002.
- Dabrowski, Martin (ed.), *Weltliteratur und Filmwelten. Lateinamerika*, Frankfurt/M. (Vervuert Verlag) 1996.
- Dewey, John, *Kunst als Erfahrung*, Frankfurt/ Main (suhrkamp) 1988.
- D'Lugo, Marvin, "Amores Perros/ Love's a bitch" in: Elena, Alberto, Díaz López, Marina (Hrsg.) *The cinema of Latin America*, London (Wallflower Press) 2003, S. 221-230.
- Diederichs, Helmut H., *Anfänge deutscher Filmkritik*, Stuttgart (Fischer + Wiederoither) 1986.
- Diehl, Oliver und Helfrich-Bernal, Linda (Hrsg.), *Kolumbien im Fokus. Einblicke in Politik, Kultur, Umwelt*, Frankfurt/ Main (Vervuert) 2001.

- Doane, Mary Ann, *Femmes Fatales. Feminism, Film Theory, Psychoanalysis*, Routledge/ New York (Routledge, Chapman and Hall, Inc.) 1991.
- Doty, Alexander, *Flaming Classics. Queering the Film Canon*, London/ New York (Routledge) 2000.
- Downing, John D.H. (ed.), *Film & Politics in the Third World*, New York (Praeger) 1987.
- Duque, Edda Pilar, *La aventura del cine en Medellín*, Bogotá (El Ancora Editores) 1992.
- Eder, Jens, *Dramaturgie des populären Films. Drehbuchpraxis und Filmtheorie*, Hamburg (LIT) 1999.
- Eisenstein, Sergej, Pudowkin, Wsewolod, Alexandrow, Grigorij, "Manifest zum Tonfilm" (1928), in: Albersmeier, Franz-Josef (ed.), *Texte zur Theorie des Films*, Stuttgart (Reclam) 1995, S.42-45.
- Espejo Sudau, Edgar A, *Marketingaspekte in Entwicklungsländern: eine empirische Studie am Beispiel Lateinamerika*, München (VVF) 1989.
- Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hg.), *World Film Market Trends: focus 2005* Strassburg 2006.
- Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hg.), *World Film Market Trends focus 2004* Strassburg 2005.
- Evora, José Antonio, "Díos nos perdone; digo Diego, en su nombre", in: *Tomás Gutiérrez Alea. Peosía y Revolución*, Las Palmas (Filmoteca Canaria) 1994: 203-212.
- Faulstich, Werner (Hrsg.), *Grundwissen Medien*, München (UTB) 1994.
- Faulstich, Werner (Hg.), *Das Fernsehen im Produktverbund mit anderen Medien*, Heidelberg (Universitätsverlag C. Winter) 1993.
- Faulstich, Werner, *Die Filminterpretation*, Göttingen (V&R) 1988.
- Felix, Jürgen (ed.), *Moderne Film Theorie*, Mainz (Bender) 2002a.
- Felix, Jürgen (ed.), *Die Postmoderne im Kino*, Marburg (Schüren) 2002b.
- Filme Festivals Tendenzen mit TV und Video Erstaufführungen 1999*, FFM (Fischer) 1999.
- Forbes, Jill, *The Cinema in France after the New Wave*, London (Macmillan Press LTD) 1992.
- Fornet, Ambrosio (ed.), *Alea. Una retrospectiva crítica*, La Habana (Editorial Letras Cubanas) 1998.
- Foster, David William, "Fresa y Chocolate" in: Ebda., *Queer Issues in Contemporary Latin American Cinema*, Austin (University of Texas Press) 2003: 147-162.
- Foster, David William, *Mexico City in Contemporary Mexican Cinema*, Austin (University of Texas Press) 2002.
- Franzbach, Martin, *Kuba heute: Politik, Wirtschaft, Kultur*, Frankfurt (Vervuet) 2001.
- Freybourg, Anne Marie: *Film und Autor. Eine Analyse des Autorenkinos von Jean-Luc Godard und Rainer Werner Fassbinder*. Dissertation, Universität Hamburg 1993.
- Fritz, Horst (ed.), *Montage in Theater und Film*. (=Mainzer Forschungen zu Drama und Theater Bd. 8), Tübingen (Francke) 1993.
- Fuchs, Martina, "Ciudad Juárez -die Hauptstadt der Maquiladora. Transnationale Industrien und Stadtentwicklung im Norden Mexikos.", in: *Praxis Geographie*, Jg. 31 Nr. 9, 2001, S. 24-28.
- Furler, Andreas, *Tot oder lebendig gesucht: das Autorenkino*, Zürich (Der Tagesanzeiger) 1998.
- García Borrero, Juan Antonio, *Guía crítica del cine cubano de ficción*, Bogotá (Editorial Arte y Literatura) 2001.

- García Borrero, Juan Antonio, "Alea o el sutil encanto de la provocación", in: Caballero, Rufo und Galiano, Carlos (Hg.), *Cien años sin soledad. Las mejores películas latinoamericanas de todos los tiempos*, Madrid (Editorial Letras Cubanas) 1999, S. 79-102.
- García Riera, Emilio, *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo 1897-1997*, México D.F. (Imcine) 1998.
- Gebauer, Gunter/ Wulf, Christoph (Hgs.), *Mimesis. Kultur - Kunst - Gesellschaft*, Hamburg (rororo) 1992.
- Gerstner, David (ed.), Staiger, Janet (ed.), *authorship and film*, New York/ London (Routledge) 2003.
- Getino, Octavio, *Cine y televisión en américa latina. Producción y mercados*, Santiago de Chile (Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano) 1998.
- Getino, Octavio, "Les coproductions en Amérique Latine", in: *Cinémas d'Amérique Latine*, 1994 Nr. 2.
- Getino, Octavio, *Cine latinoamericano. Economía y nuevas tecnologías audiovisuales*, La Habana/ Mérida (Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano) 1987.
- Gledhill, Christine und Williams, Linda (Hg.), *Reinventing Film Studies*, New York (Arnold) 2000.
- Godard, Jean-Luc, *Einführung in die wahre Geschichte des Kinos*, München (Hanser) 1981.
- González, Eduardo, "La rama dorada y el árbol deshojado: reflexiones sobre *Fresa y Chocolate* y sus antecedentes" in: *Iberoamerica y el cine*, Foro Hispanico, Nr. 10, Amsterdam (Rodopi B.V.) 1996, S.65-78.
- González, Eduardo, *La persona y el relato: proyecto de lectura psicoanalítica*, Madrid (Porrúa Ediciones) 1985.
- González de la Rocha, Mercedes, Grinspun, Alejandro, "Private adjustments: Household, crisis and work" in: *Choices for the poor: lessons from national poverty strategies*, United Nations New York (UNDP) 2001.
- Grob, Norbert, "Stilbrüche, Exzesse, Schlampereien" in: Stiglegger, Marcus (ed.), *Filmmacher zwischen Autorenfilm und Mainstream*, Mainz (Bender) 2000, S. 7-10.
- Grob, Norbert, *Zwischen Licht und Schatten. Essays zum Kino*, St. Augustin (Gardez! Verlag) 2001.
- Hart, Stephen M., *A Companion to Latin American Film*, Woodbridge (Tamesis) 2004.
- Haug, Walter (Hgs.), Waichinger, Burghart (Hgs.), *Autorentypen*, Tübingen (Max Niemeyer Verlag) 1991.
- Hayward, Susan, *Key Concepts in Cinema Studies*, London (Routledge) 1996.
- Hershfield, J., Maciel, D. (Hrsg.), *Mexico's Cinema: A Century of Film and Filmmakers*, Wilmington (SR Books) 1999.
- Hess, Rainer/ Siebenmann, Gustav/ Frauenrath, Mireille/ Stegmann, Tilbert, *Literaturwissenschaftliches Wörterbuch für Romanisten*, Tübingen (Francke)³ 1989.
- Hickethier, Knut, "Serie.", in: *Handbuch Populäre Kultur*. Hügel, Hans-Otto (Hg), Stuttgart/Weimar (Metzler) 2003, S. 397-403.
- Hickethier, Knut, *Film- und Fernsehanalyse*. (=Sammlung Metzler, Realien zur Literatur Bd. 277), Stuttgart/ Weimar (Metzler)² 1996.
- Hickethier, Knut, *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*, Lüneburg (Universität Lüneburg) 1991.
- Ingold, Res, *Der Autor am Werk*, München (Akademie der bildenden Künste) 1992.
- Ingold, Felix Philipp/ Wunderlich, Werner (Hgs.), *Fragen nach dem Autor. Positionen und Perspektiven*, Konstanz (Universitätsverlag Konstanz) 1992.

- Jannidis, Fotis/ Lauer, Gerhard/ Martinez, Martin/ Winko, Simone (Hgs.), *Rückkehr des Autors*, Tübingen (Max Niemeyer Verlag) 1999.
- Junker, Detlef, *Lateinamerika am Ende des 20. Jahrhunderts*, München (Beck) 1994.
- Kamp, Werner, *Autorenkonzepte und Filminterpretationen*, Frankfurt am Main/ Berlin/ Bern/ New York/ Paris/ Wien (Lang) 1996.
- Kanzog, Klaus (ed.), *Einführung in die Filmphilologie*. (=Diskurs Film, Münchner Beiträge zur Filmphilologie Bd. 4), München (Diskurs Film) 1997.
- Kawin, Bruce F., Mast, Gerald, *A short history of the movies*, Boston (Allyn and Bacon)⁷ 2000.
- King, John, *magical reels. A History of Cinema in Latin America*, London/ New York (Verso) 2000.
- Kleinschmidt, Erich, *Autorschaft. Konzepte einer Theorie*, Tübingen (A. Francke Verlag) 1998.
- Kloepfer, Rolf, "Film als Dialog - Östliche Semiotik (Bachtin, Jakobson u. a.) und das ästhetische Experiment (Kurosawas Rashomon)", in: Koch, Johann et al. (Hg.), *Strukturalismus. Osteuropa und die Entstehung einer universalen Wissenskultur der Moderne*, Heidelberg (Synchron) 2006a.
- Kloepfer, Rolf, *Wie der Mensch auf den Hund kommt. Notizen zu 'Amores Perros'*, Mannheim (unveröffentlichtes Lehrstuhlpaper) 2006b.
- Kloepfer, Rolf, "Filmsemiotik", in Posner, Roland (Hg.), *Semiotik=Semiotics. Ein Handbuch zu den zeichentheoretischen Grundlagen von Natur und Kultur, Band III*, Berlin/New York (de Gruyter) 2003: 3188-3211.
- Kloepfer, Rolf, "Die Konzeption einer neuen Blickweise für die eigene Geschichte - Sauras Film *Cría Cuervos*", in: Teuber, Bernhard/ Weich, Horst (Hgs.), *Iberische Körperbilder im Dialog der Medien und Kulturen*, Frankfurt (Vervuert) 2002: 269-294.
- Kloepfer, Rolf, "Tragende Filmwirkung, unbewusst?", in Fries, Jörg/ Hartmann, Britta/ Müller, Egon (Hgs.), *Nicht allein das Laufbild auf der Leinwand ... Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft Band 60*, Berlin (Vistas GmbH) 2001: 47-63.
- Kloepfer, Rolf, "Innovation, gainful learning and habits in the aesthetics of media", in: Noeth, Wilfried (Hrsg.), *Semiotics of the media. State of the Art, Projects and Perspectives*, Berlin/ New York 1997: 655-673.
- Kloepfer, Rolf / Landbeck, Hanne, *Ästhetik der Werbung. Der Fernsehspot in Europa als Symptom neuer Macht*, Frankfurt/M. (Fischer Taschenbuch Verlag)² 1996a.
- Kloepfer, Rolf, *Kommunikations- und Medienwissenschaft. Einführung semiotischer (qualitativer) Grundlagen*, Mannheim (ask)² 1996b.
- Kloepfer, Rolf, *Theatralität Dramatik Inszenierung*. Grundlage einer Theatertheorie, Mannheim (ask)² 1995.
- Kloepfer, Rolf, "Intuition. Semiotische Anschauung eines Grenzbereiches", in: Birken-Silvermann, Gabriele (ed.), Rössler, Gerda (ed.), *Beiträge zur sprachlichen, literarischen und kulturellen Vielfalt in den Philologien. Festschrift für Rupprecht Rohr zum 70. Geburtstag*, Stuttgart (Franz Steiner Verlag) 1992: 475-491.
- Kloepfer, Rolf, "Mimesis und Sympraxis: Zeichengelengtes Mitmachen im erzählerischen Werbespot", in: Kloepfer, Rolf/ Möller, Karl-Dietmar (ed.), *Narrativität in den Medien*, Mannheim/ Münster (MANA/ Maks) 1986: 141-182.
- Koebner, Thomas (Hg.), *Sachlexikon des Films*, Stuttgart (Reclam) 2002.
- Kracauer, Siegfried, *Theory of Film: The redemption of physical reality*, Princeton (Princeton University Press) [1960] 1997.
- Kracauer, Siegfried, *Die Angestellten*, Frankfurt (Suhrkamp) [1929] 1985.

- Krakau, Knud, *Lateinamerika und Nordamerika: Gesellschaft, Politik und Wirtschaft im historischen Vergleich*, Frankfurt/ New York (Campus) 1992.
- Kristeva, Julia, "Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman (1967)", neu erschienen unter dem Titel "Le mot, le dialogue et le roman" in: Kristeva, Julia, *Semiotiké. Recherches pour une sémanalyse*. Paris: (Seuil) 1978, S. 82-112.
- Lant, Antonia, "Großbritannien und das Ende des Empire", in: Nowell-Smith, Geoffrey, *Geschichte des internationalen Films*, Stuttgart/ Weimar (Metzler) 1998, S. 327-338.
- Lapsley, Robert und Westlake, Michael, *Film Theory: an introduction*, New York (Manchester University Press) 1988.
- Lebeau, Vicky, *Lost Angels. Psychoanalysis and Cinema*, London/ New York (Routledge) 1995.
- Lewis, Jon (ed.), *The End of Cinema as we know it. American Films in the Nineties*, New York (New York University Press) 2001.
- Livingstone, Grace, *Inside Colombia. Drugs, Democracy and War*, London (LAB) 2003.
- López, Ana M., "At the Limits of Documentary: Hypertextual Transformation and the New Latin American Cinema", in: Julianne Burton (ed.), *The Social Documentary in Latin America*, Pittsburgh (University of Pittsburgh Press), 1990: 407ff.
- Malraux, André, *Psychologie der Kunst: Das imaginäre Museum*, Hamburg (Rowohlt)² 1957.
- Martin, Michael T. (ed.), *New Latin American Cinema. Volume One: Theory*, Detroit (Wayne State University Press) 1997.
- Martin, Michael T. (ed.), *New Latin American Cinema. Volume Two: Studies of National Cinemas*, Detroit (Wayne State University Press) 1997.
- Martineau, Monique, *L'enseignement du cinéma et de l'audiovisuel dans l'Europe des douze*, CinémAction (Corlet) 1991.
- Martínez Pardo, Hernando, *Historia del cine colombiano*, Bogotá (Guadaloupe) 1978.
- Massmann, Annette, *Kuba. Globalisierung, Medien, Macht*, Frankfurt/Main (IKO) 2003.
- Mazziotti, Nora, *La industria de la telenovela: La producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires (Piados) 1996.
- Medrano Platas, Alejandro, *Quince directores del cine mexicano*, México D.F. (P Y V) 1999.
- Meyers Lexikonredaktion (Hg.), *Meyers Grosses Taschenlexikon in 24 Bänden*, Mannheim/ Leipzig/ Wien/ Zürich (Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG) 1998⁶.
- Millán, Márgara, *Derivas De Un Cine En Femenino*, Mexiko D.F. (Porrúa) 1999.
- Miller, Toby und Stam, Robert (ed.), *A Companion to Film Theory*, Oxford (Blackwell) 1999.
- Mols, Manfred, *Die internationale Situation Lateinamerikas in einer veränderten Welt*, Frankfurt (Vervuert) 1995.
- Monaco, James, *Film verstehen*, Reinbek (Rowohlts Taschenbuch Verlag) 2000².
- Monaco, James, *Film und neue Medien. Lexikon der Fachbegriffe*, Reinbek (Rowohlts Taschenbuch Verlag) 2000.
- Moninger, Markus, *Filmkritik in der Krise*, Tübingen (Narr) 1992.
- Moran, Albert (ed.), *Film Policy. International, national and regional perspectives*, London/ New York (Routledge, Chapman and Hall, Inc.) 1996.
- Morandini, Morando, "Italien: Vom Faschismus zum Neo-Realismus", in: Nowell-Smith, Geoffrey, *Geschichte des internationalen Films*, Stuttgart/ Weimar (Metzler) 1998, S. 318-326.
- Moschner, Meinhard, *Fernsehen in Lateinamerika: Strukturen und Widersprüche einer abhängigen Kulturproduktion unter besonderer Berücksichtigung der Entwicklung in Kolumbien, Peru und Chile*, Frankfurt/M. (Lang) 1982.

- Myerson, Michael (ed.), *Memories of Underdevelopment. The Revolutionary Films of Cuba*, New York (Grossmann Publisher.) 1973.
- Napoleón, Franco, *Percepción de los Colombianos frente al Cine de producción nacional. Informe preparado para el Ministerio de Cultura de Colombia*, Bogotá (FLASH REPORT) Juni 2000.
- Neale, Steve, *genre and Hollywood*, London/ New York (Routledge) 2000.
- Nichols, Bill (ed.), *Movies and Methods Volume I*, Berkeley/ Los Angeles/ London (University of California Press) 1976.
- Noriega, Chon A. (ed.), *Visible Nations. Latin American Cinema and Video*, Minneapolis (University of Minnesota Press) 2000.
- Novalis, *Autor, Buch, Leser*, Leipzig (Offizin Haag-Drugulin) 1940.
- Nowell-Smith, Geoffrey, *Geschichte des internationalen Films*, Stuttgart/ Weimar (Metzler) 1998.
- Paech, Joachim, *Film- und Fernsehsprache 1* (=Diesterweg, Kommunikation/ Sprache. Materialien für den Kurs- und Projektunterricht), München (Diesterweg) 1975.
- Paranaguá, Paulo Antonio, *Mexican Cinema*, London (bfi) 1995.
- Paz, Senel, *strawberry & chocolate*, London (Bloomsbury) 1995.
- Paz, Senel, *el lobo, el bosque y el hombre nuevo*, Mexiko D.F. (Era) 1991.
- Peirce, Charles Sanders, *Vorlesungen über Pragmatismus*, Hamburg (Meiner) 1991.
- Peirce, Charles Sanders, *Die Festigung der Überzeugung*, Baden-Baden (agis) 1965.
- Penley, Constance (ed.), *Feminism and Film Theory*, Routledge/ New York (Routledge, Chapman and Hall, Inc.) 1988.
- Pérez Turrent, Tomás "The studios", in: Paranaguá, Paulo Antonio (Hrsg.), *Mexican Cinema*, London (Bfi) 1995: 133 – 144.
- Perlitz, Manfred, *Internationales Management*, Stuttgart (Lucius & Lucius)⁵ 2004.
- Petrie, Ruth, *film and censorship*, London (Cassel) 1997.
- Pitti, Stephen, "Building Transnational Ties: Mexicans in the United States", in: Selee, Andrew und Tulchin, Joseph (Hrsg.), *Mexico's Politics and Society in Transition*, London (Rienner) 2003, S. 289 – 319.
- Platon, *Das Gastmahl*, Ditzingen (Reclam) 1986.
- Postman, Neil, *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*, Frankfurt/M. (Fischer Taschenbuch Verlag) 1994.
- Prinzler, Helmut/ Rentschler, Eric (Hgs.), *Augenzeugen*, München (Verlag der Autoren) 1988.
- Projektgruppe Neue Welt Stadt, *Grenzgänge: Großstadterfahrungen in Literatur, Film und Musik Lateinamerikas und der USA seit 1960*, Bielefeld (Aisthesis) 1995.
- Rashkin, Elissa, *Women Filmmakers in Mexico: The Country in Which We Dream*, Austin (university of Texas Press) 2001.
- Ranis, Gustav, "Economic reform and development. What have we learned?" in : Selee, Andrew und Tulchin, Joseph (Hgs.), *Mexico's Politics and Society in Transition*, London (Rienner) 2003, S. 277-286.
- Rentschler, Eric, "Das ‚Dritte Reich‘ und die Folgen", in: Nowell-Smith, Geoffrey, *Geschichte des internationalen Films*, Stuttgart/ Weimar (Metzler) 1998, S. 338-347.
- Rochlin, James R., *Vanguard Revolutionaries in Latin America: Peru, Colombia, México*, London (Rienner) 2002.
- Rosen, Philipp (Hrsg.), *Narrative, Apparatus, Ideology: A Film Theory Reader*, New York (Columbia University Press) 1984.

- Ruffinelli, Jorge, *Una mirada regional que se hace universal. Cuadernos de cine colombiano, Nueva época No. 3: Víctor Gaviria*, Bogotá (Cinemateca Distrital) 2003.
- Salcedo Silva, Hernando, *crónicas del cine colombiano*, Bogotá (Carlos Valencia) 1981.
- Sanchez M., Isabel, *cine de la violencia*, Bogotá (Ediciones de la Universidad Nacional de Colombia) 1987.
- Sánchez Ruiz, Enrique E. und De la Vega Alfaro, Eduardo (ed.), *Bye Bye Lumière ... Investigación sobre cine en México*, Mexiko (Doble Luna) 1994.
- Sarris, Andrew, "Notes on the auteur theory in 1962", in: Caughie, John (ed.), *Theories of Authorship*, London (Routledge & Kegan) 1981, S. 61-67.
- Schumann, Peter B., "El cine cubano en el contexto de la política cultural", in: Reinstädler, Jannet und Ette, Ottmar (Hrsg.), *Todas las islas la isla*, Frankfurt (Vervuet) 2000: 123-135.
- Schumann, Peter B., "Der mexikanische Film heute im Spannungsfeld zwischen staatlicher Förderung und Verhinderung" in: Briesemeister, Dietrich und Zimmermann, Klaus (Hg.), *Mexiko heute*, Frankfurt (Vervuet) 1996: 566-579.
- Schumann, Peter B., *Handbuch des lateinamerikanischen Films*, Berlin (Vervuet) 1982.
- Schumann, Peter B., *Kino in Cuba 1959-1979*, Frankfurt a.M. (Vervuet) 1980.
- Schwartz, Ronald, *Latin American Films 1932-1994. A critical filmography*, Jefferson USA (McFarland & Company) 1997.
- Segre, Erica, "La desnacionalización de la pantalla: Mexican cinema in the 1990s." in: *Changing Reels: Latin American Cinema against the Odds*, Leeds (Trinity and All Saints University College) 1997, S. 33-57.
- Selee, Andrew und Tulchin, Joseph (Hrsg.), *Mexico's Politics and Society in Transition*, London (Rienner) 2003.
- Shaw, Deborah, *Contemporary Cinema of Latin America. 10 Key Films*, London/ New York (continuum) 2003.
- Shiel, Mark/ Fitzmaurice, Tony (Hgs.), *Cinema and the city. Film and urban societies in a global context*, Oxford (Blackwell) 2001.
- Smith, Paul Julian, *Amores Perros*, London (BFI) 2003.
- Smith, Paul Julian, "Fresa y chocolate, Cinema as Guided Tour", in: *Vision Machines*, London/ New York (Verso) 1996, 81-98.
- Stanzel, Franz, *Theorie des Erzählens*, Göttingen (UTB)4 1989.
- Steil, Nicolas, "European Film Financing" in: Blind, Sofia und Hallenberger, Gerd (Hgs.), *European Co-Productions in Television and Film*, Heidelberg (Universitätsverlag C. Winter) 1996, S.49-57.
- Stiglegger, Marcus, "Splitter" in: Stiglegger, Marcus (Hrsg.), *Filmmacher zwischen Autorenfilm und Mainstream*, Mainz (Bender) 2000, S.11-26.
- Stock, Ann Marie (ed.), *Framing Latina American Cinema. Contemporary Critical Perspectives*, Minneapolis (University of Minnesota Press) 1997.
- Torres Moya, Rito Alberto, *Largometrajes colombianos en cine y video 1915-2004*, Bogotá (Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano) 2004.
- Ulfig, Alexander, *Lexikon der philosophischen Begriffe*, Wiesbaden (Fournier Verlag) 1997.
- UNESCO (Hg.), *Cinema and Audiovisual Media. Survey on National Cinematography Sources*, Paris 2000.
- Vincendeau, Ginette, "Der französische Film: Eine populäre Kunst", in: Nowell-Smith, Geoffrey, *Geschichte des internationalen Films*, Stuttgart/ Weimar (Metzler) 1998, S. 310-318.
- Weiss, Peter, *Avantgarde Film*, Frankfurt a. M. (suhrkamp) 1995.

- Wollen, Peter, *Signs and meanings in the cinema*, London (Secker & Warburg) 1969.
- Wright Wexman, Virginia (ed.), *Film and Authorship*, New Brunswick/ New Jersey/ London (Rutgers University Press) 2003.
- Wulf, Christoph (ed.), "Geste", in: Ebda, *Vom Menschen. Handbuch Historische Anthropologie*, Weinheim/ Basel (Beltz) 1997: 516-524.
- Wuss, Peter, *Die Tiefenstruktur des Filmkunstwerkes*, Berlin (Henschel) 1986.
- Zeuske, Michael, *Kleine Geschichte Kubas*, München (Beck) 2002.

Zeitschriftenartikel

- Alvarez, Luis Alberto, "Simón el mago de Víctor Gaviria: La cultura intraducible", in: *Kinetoscopio*, Medellín (Centro Colombo Americano), Julio - Agosto de 1994, S. 98-100.
- Arenas, Fernando, "Víctor Gaviria en Flashback", in: *Kinetoscopio*, Medellín (Centro Colombo Americano), Julio - Agosto de 1994, S. 72-78 Stuttgart/Weimar (Metzler)³ 1994.
- Block, Barbara, "Amores Perros" *Das oscarnominierte Kinodebüt des mexikanischen Regisseurs Alejandro González Iñárritu*, in: <http://www.wdr.de/tv/kultur-weltspiegel/20011028/1.html> eingesehen am 28.06.2004.
- Brea, Jorge, "Population Dynamics in Latin America", in: *Population Bulletin* (58), Heft 1. Washington (Population Reference Bureau) 2003.
- Carrasquilla, Tomás, "El buen cine", in: *Kinetoscopio*, Medellín (Centro Colombo Americano), Julio - Agosto de 1994, S. 107-110.
- Claver, Pedro y Pinilla Gustavo, "Víctor Gaviria: un poeta de la imagen", in: *Revista de la Universidad del Rosario*, Bogotá, Abril-Julio de 1998, S. 6-19.
- Estrada, Marién, "El cine entre glamour y penurias", in: *Revista Mexicana de Comunicación*, März-April 2002, Nr. 74.
- Estrada, Marién, "Una retrospectiva de los últimos diez años. Sombras y (pocas) luces del cine en México", in: *Revista Mexicana de Comunicación*, Okt-Dez 1998, Nr. 56.
- Gaviria, Víctor, "Los días de la noche", en: *Revista de la universidad del rosario*, Bogotá, Abril-Julio de 1998, S. 20-26.
- Gaviria, Víctor, "Un seminario: Del Documental y sus habitantes", in: *Kinetoscopio*, Medellín (Centro Colombo Americano), Julio - Agosto de 1994, S. 87-91.
- Gómez, Santiago Andrés, "La obra de Víctor Gaviria: Los pulmones limpios", in: *Kinetoscopio*, Medellín (Centro Colombo Americano), Julio - Agosto de 1994, S. 79-86.
- Göckenjan, Gunter, "Amores Perros" – *der großartige Debütfilm des Mexikaner Iñárritu*, in: <http://www.faz.net/IN/Intemplates/faznet/default.asp?tpl=uptoday/printpage> und FAZ Tageszeitung eingesehen am 31.10.01.
- Hamdorf, Wolfgang, *Persönliche Freiheiten, Interview mit dem Regisseur Carlos Carrera*, in: film-dienst 11/03, S. 44.
- Irwin, James R., "On Digital Media as a Potential Alternative Cinema Apparatus: A Marketplace Analysis" in: *Atlantic Journal of Communication* Volume 12, Number 1 (March 2004).
- Jáuregui, Carlos und Suárez, Juana, "Profilaxis, traducción y ética. La humanidad desechable" en *Rodrigo D. No Futuro, La Vendedora de Rosas y La Virgen de los Sicarios*, in: *Revista Iberoamericana* LXVII/199. (April-Juni) 2002, S. 367-392.
- Kinetoscopio, "La realidad, la ficción, la ficción, la realidad", in: *Kinetoscopio* Medellín (Centro Colombo Americano), Volumen 9, 1998, S. 85-93.
- Korsner, Jason, *Alejandro González Iñárritu: a BBCi interview*, in: http://www.bbc.co.uk/films/2001/05/03/alejandro_gonzalez_inarritu_interview.shtml 22.06.2004.

- Link, Oliver, *Eine Stadt, die an die Kehle geht*, in: Stern 45 (31.10.2001) S. 238. (zu *Amores Perros*).
- Lux, Stefan, "Erdbeer und Schokolade" in: *film-dienst* Nr. 20/ 1994 (online Archiv).
- Luzardo, Julio, "La Vendedora de Rosas, Largometraje colombiano ¿Pornomiseria?" *Enrodaje* http://www.enrodaje.cinecolombiano.com/4vendedora_de_rosas.htm eingesehen am 20.01.2004 S. 1.
- Montoya, César Augusto, "La Vendedora de Rosas: Búsqueda de las fuentes del amor", in: *Kinetoscopio*, Medellín (Centro Colombo Americano), Volumen 9, 1997, S. 56-60.
- Patterson, John, "Aztec Cameras" *The Guardian*, 18.05.2001 (www.guardian.co.uk/Archive/Article/0,4273,4188495,00.html 4.07.2004)
- Sabbadini, Andrea "Not something destroyed but something that is still alive: *Amores Perros* at the intersection of rescue fantasies." in: *The International Journal of Psychoanalysis* 84,3 (2003), S. 755-764.
- Sánchez Ruiz, Enrique E., "La televisión mexicana: ¿globalización exitosa?", in: *Voces y Culturas*, núm. 14, segundo semestre Barcelona 1999: 83-106.
- Santí, Enrico Mario "Fresa y Chocolate: The Rethoric of Cuban Reconciliation", in: *MLN* 113.2, Baltimore (JHU Press) 1998: 407-425.
- Sellier, Geneviève, "Le GATT contre l'Europe. Le précédent des accords Blum-Byrnes" in: *Le Monde diplomatique*, November 1993: 15.
- Solanas, Fernando, "El premio no divide en dos la historia", in: *Clarín*, edición internacional, 7-13 April 1986.
- Souriau, Etienne, *Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmlogie*, übersetzt von Kessler, Frank, aus: *Montage-av* 6/2, 1997.
- Tegel, Simeon, "New bucks bump Mex B. O.", *Variety*, 2.03.2001 (www.variety.com/index.asp?layout=story&articleid=VR1117795696&categoryid eingesehen am 6.07.2004)
- West, Dennis, "Strawberry and Chocolate, Ice Cream and Tolerance: Interviews with Tomas Gutierrez Alea and Juan Carlos Tabio", in: *Cineaste* Volume 21 Nr. 1-2 1995: 16-21.

Verwendete Internetinformationsquellen

www2.amnesty.de/i
www.amoresperros.com
www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Laender/Kolumbien.html und www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Laender/Kuba.html und www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Laender/Mexiko.html
www.bifi.fr
www.claqueta.com
www.cinecaaci.com/caaci/
www.cinecubano.cu
www.cubagob.cu/
www.cubarte.cult.cu/
www.dane.gov.co
www.eictv.org
www.elamante.com
www.embajada-colombia.de/paginas/c_medios.htm
www.epd.de und www.epo.de

www.filmbulletin.ch
www.film20.de
www.ftaa-alca.org
www.google.com
www.iai.spk-berlin.de/fachli/fachlid.htm
www.infocolombia.com
www.imcine.gob.mx
www.imdb.com
www.jhu.edu
<http://korda.obs.coe.int/web/de/>
www.mcu.es/cine/
www.mincultura.gov.co
www.mpaa.org
www.mty.itesm.mx
www.obs.coe.int/
www.oei.org.co und www.oei.es
www.otrocampo.com
www.patrimoniofilmico.org.co
www.programaibermedia.com
www.proimagenescolombia.com
www.sign-lang.uni-hamburg.de
www.rsf.org
www.uni-mannheim.de
www.wto.org/

Zitierte Internetartikel

www.21-grams.com
www.alcas.de ist zu www.kgal.de geworden
www.alexa.com/data/details/?url=www.imdb.com
www.ambito.com.ar
www.banrep.gov.co/blaavirtual/credencial/abr972.htm
www.bbc.co.uk/films/2001/05/03/alejandro_gonzalez_inarritu_interview.shtml
www.bc.gov.cu/Espanol/Leyes/Manual/PreguntasResolucion80.pdf
www.canalrcn.com/oal/
www.cidob.org/
www.cinematropical.com
www.ci-romero.de/seiten/presente/archiv/heft103/pres_archiv103_4.html
www.clickstarinc.com
http://cuban-exile.com/doc_026-050/doc0038.html
www.culturebase.net/artist.php?410

www.digiradio.ch/radiocuba/
www.dvd-narr.de/datenbank/amoresperros.html
www.editorialudea.com/revista/266.html
www.elchacoterosentimental.cl
www.elheraldo.com.co/revistas/dominical/99-04-11/noti7.htm
www.enrodaje.cinecolombiano.com/4vendedora_de_rosas.htm
www.esmas.com/videocine/quienes/
www.ezln.org.mx/
www.filmtext.com
www.freitag.de/2003/38/03380801.php
www.geocities.com/Hollywood/Set/3143/colombia.html
www.geocities.com/~polfilms/herodslaw.html
www.insidekino.com/DJahr/D2001B.htm und www.insidekino.com/DJahr/D1994
www.inwent.org/v-ez/lis/colombia/seite2.htm
www.irtvazteca.com/what/company.shtml
www.jornada.unam.mx/2006/04/06/index.php
www.laplazavirtual.com/disco/celiacruz/v1.htm
www.lateinamerikanachrichten.de/?/artikel/611.html
<http://lionsgatefilms.com/amoresperros/html/>
www.lyrics007.com/Machete%20Control%20Lyrics/Si%20Senor%20Lyrics.html
www.mabuse.cl/1448/article-37448.html
www.mariafullofgrace.com
www.matices.de/37/tvlatina_hispanofernsehen_usa
members.tripod.com/~LUZARDO_2/4cine_colombiano_lata.htm
<http://movies.filmmax.com/amoresperros/>
www.portafolio.com.co/port_secc_online/porta_econ_online/2005-07-20/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-2152972.htm
www.revistanumero.com/18victor.htm
www.sedesol.gob.mx/subsecretarias/prospectiva/cuadernos/Evolucion.pdf und
<http://www.fundacionpreciado.org.mx/ArchivoDigital.aspx?No=146&Open=yes>
<http://slashdot.org/article.pl?sid=03/09/15/2227256>
www.spanix.com/HTML/ShowNews.asp?pg=40&ID=828
www.spio.de
www.stlyrics.com/a/amoresperros.htm
www.toditotv.com
www.tuobra.unam.mx/publicadas/040509003005.html
www.tramitefacil.gov.cl/1481/article-46954.html
www.unicef.de/download/i_0076_strassenkinder.pdf
www.uneac.com/pordentro/uneacpordentro.htm
www.videofreak.at/amoresperros

www.wdr.de/tv/kulturweltspiegel/20011028/1.html

www.whitehousedrugpolicy.gov

www.zonalatina.com/Zldata155.htm

6 Anhang

INHALTSVERZEICHNIS

6	Anhang	227
6.1	Anhang Kapitel 2	228
6.1.1	Sequenzprotokoll <i>Die Rosenverkäuferin</i>	228
6.1.2	Europäische Zuschauerzahlen für <i>La Vendedora de Rosas</i> laut LUMIERE	232
6.1.3	Veröffentlichungen von Víctor Gaviria	232
6.1.4	Sequenzprotokoll <i>Erdbeer und Schokolade</i>	234
6.1.5	Europäische Zuschauerzahlen für <i>Erdbeer und Schokolade</i> laut LUMIERE	238
6.1.6	Veröffentlichungen von Tomás Gutierrez Alea	238
6.1.7	Sequenzprotokoll <i>Amores Perros</i>	240
6.1.8	Europäische Zuschauerzahlen für <i>Amores Perros</i> laut LUMIERE	246
6.1.9	Filme von Alejandro González Iñárritu	246
6.2	Anhang Kapitel 3	247
6.2.1	Kolumbianische Berufsgenossenschaften und –vereinigungen.....	247
6.2.2	Darstellung FOCINE	248
6.2.3	Produktionszahlen (Spielfilme) nach Jahren	249
6.3	Anhang Kapitel 5: <i>Boletín Claqueta</i>	249

6.1 Anhang Kapitel 2

6.1.1 Sequenzprotokoll *Die Rosenverkäuferin*

Entsprechend der Akiraanalyse auf spanisch:

Nr.	Timecode	Beschreibung
0	0:00'00"00 0:00'30"17	Paratexto/ Coda
Exposición: Los niños de la calle 0:00'30"18 - 0:16'21"23		
1	0:00'30"18 0:02'17"03	Barrio (La Iguana). Es el 23 de diciembre, son más o menos las 6 de la tarde. Introducción al barrio. La camera hace un travelling desde el río a los techos del barrio que queda al lado del río y se centra en una casa particular. Andrea y su madre tienen en off una discusión sobre una grabadora rota. Andrea decide irse de su hogar.
2	0:02'17"04 0:02'28"00	Los malos. Andrea se encuentra con un grupo de jóvenes en un puente. Ese grupo se define más tarde como <i>los malos</i> . Se nota una figura de la Santa María. Andrea le muestra respeto.
3	0:02'28"01 0:04'24"13	Mónica. Se introduce la protagonista Mónica. Busca su botella de sacol que había escondido en un pequeño arbusto. Pero Milton se la tomó. Mónica encuentra su botella e inhala pegante. Tiene una alucinación en la que ve su abuela muerta con un niño a cada mano. Vuelve el tema musical de la película: una harpa combinada con una harmónica.
4	0:04'24"14 0:06'53"25	Vender rosas. Judi convence a Mónica de dejar la botella y vender rosas en los bares de <i>La Bolera</i> , prometiéndola quedarse con ella toda la noche. Mientras que Judi habla con el agente de seguridad (un celador) en un bar, Mónica y la Cachetona entran y venden rosas. Hay música en vivo que Mónica admira. Es una canción de amor e ilusiones que se escucha.
5	0:06'54"00 0:08'17"02	Andrea. Andrea busca a Mónica, porque son del mismo barrio (Miramar). Encuentra a Milton y Anderson. Anderson le hace avances.
6	0:08'17"03 0:12'41"08	Las amiguitas. El celador del bar y echa a las niñas a la puerta. Golpea a Mónica. Mónica habla en la calle con su novio Anderson. Mónica quiere pasar la noche buena con él y se ponen una cita. Judi la llama porque la Cachetona encontró a Andrea. Las niñas hablan sobre por qué se fueron de sus casas. Deciden que Andrea puede dormir con ellas en la pensión y le dan rosas para vender. Hablan con Claudia que es la que compra las flores y las reparte entre las chicas. Judi se pone a bailar con Andrés, no quiere trabajar "un 23 de diciembre"
7	0:12'41"09 0:16'21"23	La novena. Mónica acompaña a Andrea que habla por teléfono con su madre y le dice que va a buscar sus cosas el día siguiente. Insulta a su madre hasta que esta cuelga. Cuando quieren empezar a vender flores, vuelve la Cachetona con unas flores y Mónica deja a Andrea con ella. Se va para el bar donde Judi esta bailando. Escenas de bares. Andrea vende su primera rosa. Su madre Magnolia y su hermana participan en la novena (reza con los vecinos en la calle durante las últimas nueve noches anteriores a navidad) de <i>La Iguaná</i> . Magnolia pregunta a la tía de Mónica si sabe donde está ella. Esta preocupada por Andrea porque ya es tarde.
Trabajos 0:16'21"13 - 0:47'21"04		
8	0:16'21"13 0:19'33"10	Primer muerto. Se reintroduce el grupo de <i>los malos</i> caminando por casas que están sin terminar. Sin el permiso de Don Hector, el jefe del grupo, el Zarco mata a un pequeño narcotraficante (el Chirrete) y le

Nr.	Timecode	Beschreibung
		roba su reloj. Se ve la luna plena, el sonido off es música y pólvora.
9	0:19'33"10 0:22'17"19	Trabajo en la calle. Marcela, la amiga de Claudia, quiere conocer a Anderson. Mónica les dice que es su novio. La Cachetona y Andrea cuidan un carro para ganar dinero. Judi y Andrés negocian en otro carro. Andrea se despide de Mónica quien la regaña.
10	0:22'17"20 0:24'54"06	Uso del tiempo. Introducción al papá Giovanni quien es el padre o padrastro de Judi. Mónica en reversa. Judi y Andrés siguen sus negociaciones de precio y acciones de prostitución. Cruzando el río, la perspectiva de la cámara, su posición y movimiento sugieren lapsos y reversos en el tiempo.
11	0:24'54"07 0:26'48"25	Reloj I. Un borracho le regala un reloj a Mónica. La Cachetona intenta entrar al coche que deben cuidar. Mónica les muestra el reloj. Judi esta de regreso con bastante dinero y se lo quiere comprar, pero Mónica quiere darleso a Anderson cómo regalo de navidad.
12	0:26'49"00 0:30'54"12	La 70 en la noche. El negocio de vender drogas se hace en la oficina, un espacio delante un garaje. Anderson se acerca a Marcela, acompañada por Claudia que inhala sacol. Judi y Mónica fuman. Ven a Anderson con Marcela. Mónica está celosa y habla con él. Judi mientras tanto le da una tarjeta con un mensaje cariñoso a Marcela para que Claudia se la entregue a Anderson.
13	0:30'54"13 0:32'23"02	Fuego I. Un control rutinario de policía requisita a Anderson, pero no se descubre la marihuana que tiene. Encuentran una botella de sacol. Un policía se pone molesto diciendo que toda la marihuana que quiera pero sacol no, porque le destruye a uno. Vota la botella al piso y la enciende, diciendo que eso (el fuego) será lo que va a ser Anderson en la vida. Mónica protege Anderson y dice que la navaja es de ella.
14	0:32'23"03 0:34'48"08	La 70 II. Mónica canta en la bicicleta. Choco roche y ron. La Cachetona anima Andrea a fumar marihuana y la deja sola, corriendo detrás de Choco y su amigo.
15	0:34'48"09 0:35'48"06	Relaciones. Mónica y Anderson concretan sus planes para el 24. Mónica le promete el reloj nuevo a Anderson. Está muy contenta.
16	0:35'48"07 0:37'47"12	Catfight. Anderson recibe la credencial de Marcela. Mónica está nuevamente celosa y pelea con Marcela. Esta brava con Judi por la traición de habérselo regalado.
17	0:37'47"13 0:39'24"14	Luna y sacol. Mónica se va, busca consuelo en el sacol con Milton. La luna plena se ve en el fondo.
18	0:39'24"15 0:42'05"23	Peligro. Andrea se enfrenta a una persona que la quiere violar. Milton tiene alucinaciones por estar engalochado (entoxicado). Luna y Mónica.
19	0:42'05"24 0:43'55"00	Segundo muerto. Andrea huye. Choco y su amigo persiguen al indigente hasta que se caen de la bicicleta. Por accidente matan a otro hombre que duerme en la calle. No les parece grave "no tiene valor".
20	0:43'55"01 0:44'32"21	Para atrás. Mónica encuentra a Giovanni y Judi. Giovanni para el coche y echa reversa para que Judi la pueda convencer de venir con ellos, pero Mónica sigue molesta con Judi por la traición.
21	0:44'32"22 0:47'21"04	Alucinación y el río. Sola, Mónica cruza el puente de nuevo. Se ve el río y la estatua de María. Nueva alucinación con su abuela "¿vino por mí?". Se hace día muy rápido y aparece Andrea con rosas en la mano.
Hogares 0:47'21"04 - 1:29'23"17		
22	0:47'21"05 0:49'05"01	La cedula. <i>Los malos</i> tomando cocaína. El Zarco compró alcohol con el dinero del muerto y nadie quiere. Don Héctor le dice al niño que pronto

Nr.	Timecode	Beschreibung
		ya va a matar el primer hombre y que no vivirá para sacar la cedula o sea, que no va a cumplir los 18 años.
23	0:49'05"02 0:51'30"09	Reloj II. Mónica vuelve a La Iguana, su barrio. Su primo Giovanni la llama y ella pierde el reloj, porque el Zarco lo cambia a fuerza con el reloj del muerto. Viendo el estado drogado y violento del Zarco, Giovanni la aconseja irse sin pelear.
24	0:51'30"10 0:52'56"00	La Mama. Andrea regresa a su casa y pelea de nuevo con su madre Magnolia quien la pega. Una vecina le avisa a Magnolia que de esa manera perderá la hija "porque se te va a la calle y no regresa".
25	0:52'56"01 0:57'44"24	Familia. Mónica llega a la casa donde vivía antes con su abuela y la familia de la prima Viviana. La pieza de la abuela está en ruinas, tumbada por el gobierno. ¡Música! Con Viviana Mónica mira las cosas que quedan de la abuela y de la mamá: zapatos (cuento original!), pañoleta, fotos. Viviana la invita a pasar navidades con ella y su familia.
26	0:57'44"25 1:00'17"14	Problemas domésticos - padrastro. Andrea colecta a sus cosas y pelea con la pareja de su madre y su hermana menor.
27	1:00'17"15 1:01'55"04	Sueño. Mónica tiene un sueño lleno de felicidad con su <i>abuelita</i> .
28	1:01'55"05 1:05'38"17	Primo morbos. Se despierta porque la pareja de Vivian la toca indecentemente y la pregunta cuanto cobran sus amigas. Mónica huye de la casa. La prima vende en el kiosco del primo Giovanni. Ponen la estrella que Mónica robó del bar al pesebre. Los malos y la corrupción. Andrea y Mónica se reencuentran. El funeral del Chirrete.
29	1:05'39"22 1:10'17"05	La pensión. Los recicladores en las calles de Medellín, el metro, cruzando de nuevo el puente. El día es alegre, la música lo subraya. Encuentro con la Chinga y sus amigos. Vuelve el tema de los zapatos. "¿Para que zapatos si no hay casa?" Van a la pensión de doña Berenice. Claudia le dice osito a la Cachetona bajo efectos de sacol; están durmiendo en la misma cama porque no hay espacio suficiente. Close up a los tenis de Mónica que solamente se cambia y se va.
30	1:10'17"06 1:15'52"00	Zapatos. Más <i>close ups</i> de los zapatos de Mónica y los pies de la Chinga. En conjunto roban a gente en un embotellamiento. Los calcines de Andrea: arregla la pieza y habla con Judi de una possible venta de los patines de su hermana. Mónica regresa de robar y encuentra al padre de la Cachetona, quien la llama Diana Trujillo. El padre convence a su hija de irse con ella. La Chinga llega a la pensión con el dinero del robo. Comparten el dinero. La Chinga quiere sacar una pieza con Mónica, pero ella no le quiere como novio y le avisa comprarse ropa.
31	1:15'52"01 1:19'36"13	Ropa nueva. Andrea y Judi compran marihuana y venden los patines. Judi traiciona a Andrea tomando demasiado dinero. Llega el Mocho a la pensión y vende ropa. Mónica arregla el asunto entre Andrea y Judi y entre ella y Judi. Deciden ser amigas todas de nuevo sin rencor.
32	1:19'36"14 1:21'32"14	Despedida. Una iglesia suena las campanas, el atardecer y la noche buena se acercan. Las niñas se arreglan y se despiden de Diana.
33	1:21'32"15 1:23'49"24	Pólvora. Llega Giovanni a la pensión, pero Judi no quiere ir con él. Mónica se queda sola para ir donde su prima. Se encuentra con la Chinga drogado y robado en el suelo. Compra fuegos artificiales en un negocio clandestino. Le dan pólvora en cambio por el reloj del Chirrete.
34	1:23'49"25 1:28'43"10	Reloj III. El Zarco daña el reloj duchándose en su casa. Le enseña las reglas de sicario a su hermanito. Su madre le pregunta al Zarco, quien llama Norman, por el Chirrete y le prohíbe hablar así a su hermano. Los

Nr.	Timecode	Beschreibung
		policías en la casa de los primos de Mónica buscan al primo Giovanni por la muerte del Chirrete. <i>Los malos</i> le dicen al Zarco que se vaya del barrio, pero él no quiere. Cuando ve a Mónica pasando, la persigue por el reloj, dice que la mata si no trae el reloj del Chirrete hasta las ocho.
35	1:28'43"11 1:29'23"17	Anochecer y el río. Mónica atraviesa el río cruzando el puente. Música del río, ladridos. !Montaje!
Giros 1:29'23"18 - 1:43'38"08		
36	1:29'23"19 1:31'24"16	Noche buena I. Se ven alumbrados, vitrinas con papá Noel. Judi exige a otra prostituta de irse de su parte de la calle. Mónica busca a las amigas, porque la fiesta en la casa de la prima no se hizo, se enfermó. Llega Andrés y se quiere ir con Judi a dar una vuelta. Mónica le comenta lo peligroso que es su comportamiento. No viene con ella.
37	1:31'24"17 1:34'26"21	Fuego II. Mónica y Claudia queman pólvora e inhalan sacol. Andrea, Marcela, Anderson y <i>los malos</i> en un bar bailando. Al terminar la pólvora, Mónica se va. Claudia tiene una alucinación de sangre.
38	1:34'26"22 1:38'13"16	Perdida. Anderson intenta levantar a Andrea. Judi habla con Andrés que ya no quiere contentarse con tocarla con las manos, sino quiere relaciones sexuales. Hiere a Judi, tratando de forzarla. Judi finalmente se va con Giovanni a casa de su madre. Mónica no quiere venir.
39	1:38'13"17 1:40'14"13	Herida. Milton y otros chicos intentan robar a unos músicos que están dando una serenata. Milton toma una bala.
40	1:40'14"14 1:43'38"08	Taxis - la luna. Para ir a un hospital en taxi amenazan de muerte al taxista. Andrea y Mónica deciden irse en el carro de Giovanni a su barrio. Cruzando el puente ven al primo Giovanni y al Zarco que roban otro taxi delante de la estatua. Andrea y Mónica bajan y entran al barrio por el lado del río. El Zarco mata al taxista y hiere a Giovanni en la mano. Giovanni quiere venganza y <i>los malos</i> deciden asesinar al Zarco.
Regreso 1:43'38"09 - 1:52'27"11		
41	1:43'38"09 1:45'06"04	Noche buena II. La fiesta continua en las calles de La Iguana. Magnolia reparte comida y se preocupa de su hija mayor. Andrea regresa a casa y habla con su madre. Magnolia promete no volver a pegarla. Quieren pasar la noche buena en paz juntos.
42	1:45'06"05 1:50'07"20	Muerte. Mónica regresa igualmente a su casa. Inhala sacol, tiene alucinaciones de su abuela y enciende una vela de fuego de artificio (cuento original!). <i>Los malos</i> cazan al Zarco. El Zarco ve a Mónica en las ruinas de la habitación de la abuela y empieza a golpearla. Mónica cierra los ojos. <i>Los malos</i> ven al Zarco y tiran, él huye.
43	1:50'07"21 1:52'27"11	Cuerpos. El día 25 de diciembre, más o menos las 10 de la mañana. Niños encuentran jugando al cuerpo del Zarco en el canal. Otros niños descubren el corpus de Mónica.
44	1:52'27"12 1:53'38"13	Luna. Paratexto/ Coda

Kapitel:

1. Exposición: los niños de la calle	0:00'30"18 – 0:16'21"23	16 Minuten
2. Trabajos	0:16'21"13 – 0:47'21"04	31 Minuten
3. Hogares	0:47'21"04 – 1:29'23"17	42 Minuten
4. Giros	1:29'23"18 – 1:43'38"08	14 Minuten
5. Regreso	1:43'38"09 – 1:52'27"11	9 Minuten

6.1.2 Europäische Zuschauerzahlen für *La Vendedora de Rosas* laut LUMIERE

La vendedora de rosas (ES) [*Originaltitel*] **Regisseur(e)** :
La petite marchande de roses (FR) Víctor Gaviria

Produktions- oder Koproduktionsland : CO

Produktionsjahr : 1998

Besucherzahlen

<i>Market</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>Summe seit 1998</i>
ES	22 513	6 645	1 290	98	33	314	30 893
FR	6 178						6 178
EUR	25 28 691	6 645	1 290	98	33	314	37 071
EUR	36 28 691	6 645	1 290	98	33	314	37 071

Quelle: http://lumiere.obs.coe.int/web/film_info/?id=12735 letzter Zugriff: 10.10.2006

6.1.3 Veröffentlichungen von Víctor Gaviria

Spielfilme

Rodrigo D. No future 1988

La Vendedora de Rosas 1998

Sumas y Restas 2004

Filme (andere)

Buscando Tréboles 1978 (Kurzfilm)

El Vagón Rojo 1979 (Kurzfilm)

La Lupa del Fin del Mundo 1979 (Kurzfilm)

Los Habitantes de la Noche 1983 (mittellanger Film)

La Vieja Guardia 1985 (Kurzfilm)

Que pase el Aserrador 1985 (Dokumentarfilm)

Los Músicos 1985 (Kurzfilm)

Los Cuentos de Campo Valdés 1987 (Kurzfilm)

Poetas en Medellín 1987 (Dokumentarfilm)

Los polizones de la nueva colonia 1991 (Dokumentarfilm)

Yo te tumbo – Tú me tumbas 1991 (Kurzfilm)

Los Derechos del Niño 1992 (Dokumentarfilm)

Doña Isa (1992)

Simón el Mago 1993 (Kurzfilm)

Como poner a actuar pájaros 1999 (Making of *La Vendedora de Rosas*)

Bücher

En la ciudad alguien también perplejo 1978.

La luna y la ducha fría, Medellín (Universidad de Antioquia) 1979.

Con los que viajo sueño, Medellín (Ediciones Acuarimántina) 1980 - Gedichte, Erweiterung und Neuauflage des ersten unveröffentlichten Buches.

El campo al fin de cuentas no es tan verde, Medellín (Ediciones Acuarimántina) 1982.

El pulso del cartógrafo, Medellín (Ediciones Autores Antioqueños) 1986 – Texte veröffentlicht mit Koautor Luis Calderón.

El pelaíto que no duró nada, Bogotá (Planeta) 1991.

El rey de los espantos, Cali (Universidad del Valle) 1993.

De paso, Medellín (Universidad de Antioquia) 1995.

Los días del olvidadizo, Bogotá (Norma) 1998.

El Tío Miguel, Bogotá (Norma) 1998.

La mañana del tiempo, Medellín (Hombre Nuevo) 2003.

Artikel und Gedichte

- "La alegoría de lo natural", in: *Arcadia va al cine*, Nr. 14-15, Bogotá, April 1987, pp. 10-15.
- "¿Por qué hace cine?", in: *Cinemateca*, Nr.9 Bogotá, Juni 1988, p.102.
- "El mediometrage colombiano", in: *Cinemateca*, Nr.9 Bogotá, Juni 1988, pp. 89-98.
- "No sólo se ve con los ojos", *El Tiempo*, Bogotá, August 1988.
- "Un ojo de nadie (reflexiones en torno a "No futuro")", in: *Gaceta Cine*, Nr. 1, Medellín, März/ April 1989, pp. 3-4.
- "Del documental y sus habitantes", in: *Kinetoscopio*, Nr. 26, Medellín, Juli/ August 1994, pp. 87-91.
- "Esa gran mentira, que existe" (Seminario "Ellos nos miran, ¿cómo nos vemos?"), in: *Kinetoscopio*, N° 26, Medellín, Juli/ August 1994, pp. 92-94.
- "La vendedora de rosas. Reflexiones sobre los niños de la calle en Medellín", in: *Revista Universidad de Antioquia*, N° 245, Medellín, Juni/ September 1996, pp. 4-12.
- "Los días de la noche", in: *Rosario*, vol. 91, Nr. 580, April/ Juni 1998, pp. 20-26; *Kinetoscopio*, N°45, Medellín, 1998, pp. 39-42.
- "Universidad, Mi hermana regresa de Chicago" (poemas), in: *Rosario*, vol. 91, Nr. 580, April/ Juni 1998, pp. 27-29.
- "Presentación", in: Fabio Restrepo, *Verdugo de verdugos*, Bogotá (Planeta) 2002, pp. 11-12.

6.1.4 Sequenzprotokoll *Erdbeer und Schokolade*

Nr.	Timecode	Beschreibung
0	0:00'00 0:00'57	Paratext.
Kapitel 1 Exposition 0:00'59 – 0:08'55		
1	0:00'58 0:06'24	Im Stundenhotel. David und Vivian haben ein Zimmer gemietet. Als Vivian sich ziert, verspricht David ihr Abstinenz bis zu ihrer Hochzeit.
2	0:06'25 0:06'37	Paratext. Titel.
3	0:06'38 0:07'41	Hochzeit. Vivian heiratet einen älteren Mann, David ist Gast. Vivan unterschreibt nach einem Blickkontakt mit David, welcher bedrückt die Feier verläßt. Zwischendurch kurze Titeleinblendungen.
4	0:07'42 0:08'55	Liebeskummer I. David betrinkt sich in einer Bar mit Fremden und läuft durch Havannas Straßen. Erster Auftritt von Germán und Diego.
Kapitel 1 Neugierde 0:08'56 – 0:41'50		
5	0:08'54 0:11'56	Coppelia. Diego setzt sich im Eiscafé Coppelia zu David. David ist sichtlich unangenehm berührt, es sind jedoch keine anderen Plätze frei. Diego zeigt David 2 Bücher (eines von Mario Vargas Llosa) und sagt, dass er Photos von David auf einer Theateraufführung bei sich zu Hause hat. David gibt sich als Mitglied der Jugendbewegung zu erkennen.
6	0:11'57 0:25'52	Diegos Wohnung I. David geht mit Diego. Die Wohnung ist voller Kunstobjekte (Skulpturen, Bilder, Bücher und Schallplatten). Sie hören Musik von Maria Callas und sprechen über Germáns geplante Ausstellung. Diego gießt Tee über Davids Hemd, damit dieser er auszieht und erzählt ihm von seiner Homosexualität. David flieht. Diego betet zu einer Madonnenfigur und bittet um Davids Rückkehr.
7	0:25'53 0:27'38	Miguel. David erzählt seinem Kumpanen der Jugendbewegung von der ungewöhnlichen Begegnung. David begründet, warum er instinktiv wußte, dass Diego homosexuell ist: <i>Había chocolate y pidió fresa</i> . Miguel regt David zum Spitzeln an.
8	0:27'39 0:29'30	Havanna I. David spaziert, einen inneren Monolog haltend, durch die Stadt. Aus der Ferne sieht er Vivian.
9	0:29'31 0:31'50	Vivian. David wartet auf Vivian vor ihrem Haus und geht mit ihr in ein Café. Sie erzählt ihm, dass sie bald nach Italien umziehen wird. Sie hat ihren Ehemann nur wegen des guten Lebensstandards geheiratet und bietet David eine Affaire an. Er lehnt ab.
10	0:31'51 0:32'50	Der Auftrag. Miguel beauftragt David offiziell zur Spionage.
11	0:32'51 0:40'10	Wohnung II. David und Diego hören kubanische Musik und trinken Jack Daniel (<i>la bebida del enemigo</i>). Diego bekennt sich zu seiner Religion und Schwierigkeiten mit dem System.
12	0:40'11 0:41'50	Der Kater. Wieder im Studentenwohnheim übergibt sich David. Annäherung von Miguel. Während er duscht, kommen David Bedenken bezüglich seinem Handeln gegenüber Diego.
Kapitel 2 Vertrauen fassen 0:41'51 – 0:55'30		
13	0:41'51 0:43'40	1. Selbstmordversuch. Nancy, die Hausmeisterin (<i>vigilante</i>), wird ins Krankenhaus gebracht, nachdem sie sich die Pulsadern aufgeschnitten hat. Diego und David begleiten sie. David spendet Blut für sie.
14	0:43'41	Schreiben. David isst bei Diego. Diego bietet ihm an, sein Mentor zu sein

Nr.	Timecode	Beschreibung
	0:46'25	und seine Erzählungen Korrektur zu lesen.
15	0:46'26 0:46'50	Soll ich? David sieht sich allein im Wohnheim seine ersten schriftstellerischen Versuche an.
16	0:46'51 0:49'20	Ausstellung I. Nancy ist gutgelaunt aus dem Krankenhaus zurück und kommt Diego besuchen. Diego ist deprimiert und wütend, weil die geplante Ausstellung so nicht stattfinden darf.
17	0:49'21 0:50'32	Kontrolle I. David weicht Miguel aus. Miguel sagt, dass Diego für seine Machenschaften Gefängnis droht.
18	0:50'33 0:51'40	Ausstellung II. Germán teilt Diego seinen Entschluss mit, sich den Auflagen zu beugen und Stücke aus seiner Ausstellung zu nehmen, um sie in Mexiko zeigen zu dürfen.
19	0:51'41 0:52'40	Schwarzhandel. Nancy verkauft illegal gegen Dollarbezahlung. Sie rechtfertigt sich vor ihrem Hausaltar.
20	0:52'41 0:55'30	David – Nancy. Nancy passt David ab und lädt ihn zu sich zum Kaffee ein. Einblendungen von Bildern mit Vivian und ihrem Ehemann. David lässt mit sich flirten. Diego stört die beiden und warnt Nancy (<i>no te metas en mi camino</i>).
Kapitel 3 Erwachsenwerden I (politisch) 0:55'31 - 1:15'11		
21	0:55'31 1:00'42	Streit. David und Diego sprechen über Musik (Ignacio Cervantes' <i>Adios a Cuba</i> und <i>Ilusiones perdidas</i>), Homosexualität und die Revolution. David sucht nach Gründen, um Diegos Homosexualität zu verstehen. Ein Streit bricht aus ob der Ignoranz Davids'. Diego schickt David fort und betet gleichzeitig, dass er wiederkommen möge.
22	1:00'43 1:01'27	Maria Callas. David hört Radio in seinem Etagenbett. Dann nimmt er seine Schreibmappe aus dem Schrank und geht.
23	1:01'28 1:02'45	Künstlerverständnis. Diego und Germán streiten über die Ausstellung. Diego wirft ihm vor sich zu verkaufen. Germán zerstört eine seiner Skulpturen (<i>esas esculturas son mias</i>) und bricht schluchzend zusammen. Diego weint ebenfalls.
24	1:02'46 1:05'15	Versöhnung und Vertrauen. Diego sitzt schreibend und rauchend zu Hause. David besucht ihn, bringt Bücher zurück und gibt ihm unter vielen Ausflüchten seine Werke. David ist besorgt und warnt ihn davor, die Ausstellung weiter zu verfolgen.
25	1:05'16 1:05'25	Besorgt. Auch Nancy ist besorgt um Diego. Sie betet für ihn.
26	1:05'26 1:06'18	Öffentlichkeit. David und Diego sehen sich zufällig in einer Bücherei, stehen aber nicht zu ihrer Freundschaft und meiden sich.
27	1:06'19 1:08'39	Kritik. Diego gibt nach einigem Zögern einen Brief auf. Straßenparolen. Diego übt Kritik an Davids Kurzgeschichten und bezeugt ihm Talent. David nimmt Diego als Tutor an und dieser verspricht, die Ausstellung nicht weiter zu verfolgen.
28	1:08'40 1:10'25	Havanna II. Über den Dächern spricht Diego von der Schönheit der Stadt und ihrem Verfall. David geht spazieren und sieht die Stadt "mit anderen Augen": Straßenszenen, Innenhöfe, Durchgänge, Hausansichten, Ruinen. Klaviermusik
29	1:10'26 1:13'31	Revolution. David hat Ikonen der Revolution mitgebracht, unter anderem ein Bild von Che Guevara, und hängt sie in Diegos Wohnung auf. David verteidigt die Fehler der Revolution. Er glaubt an die Entstehung des "neuen Menschen". Diegos Sicht ist negativ. Er bittet David um eine zwischenmenschliche Umarmung.

Nr.	Timecode	Beschreibung
30	1:13'32 1:13'59	Dokumentarfilm. Miguel sieht mit anderen im Wohnheim einen Film übers Somozas Flucht aus Nicaragua. David läuft vorbei in sein Zimmer.
31	1:14'00 1:15'11	Kontrolle II ¿Dónde tu estabas? Miguel folgt ihm und stellt David wegen Diego zur Rede. David verteidigt Diego und vertritt die Meinung, dass Homosexuelle in die Revolution eingegliedert werden müssen. Miguel ist gegensätzlicher Ansicht (<i>la revolución no entra por el culo</i>).
Kapitel 4 Erwachsenwerden II (sexuell) 1:15'12 - 1:31'26		
32	1:15'12 1:16'28	Abschied. Vivian sucht David an der Universität auf. Sie gehen am Meer spazieren. Sie verabschiedet sich endgültig von David.
33	1:16'29 1:20'09	Liebeskummer II. David betrinkt sich bei Diego. Nancy kommt herein und bringt Diego 300 US\$ aus illegalen Verkäufen. Diego erzählt, dass er seine Arbeit verloren hat und auswandern will. Sie reden über David. Diego bittet Nancy mit David zu schlafen (ihn zu initiieren). Sie verlässt wütend die Wohnung und schreit, sie sei keine Hure.
34	1:20'10 1:20'29	2. Selbstmordversuch. Nancy will sich erhängen. Im Hintergrund ist ein Beatles Poster zusehen. Doch sie überlegt es sich anders und streitet mit ihrer Heiligenfigur. Sie gibt zu, dass David ihre gefällt.
35	1:20'30 1:21'20	Verlangen. Diego, im Bademantel, betrachtet rauchend den halbnackten David, der seinen Rausch ausschläft. Diego deckt ihn zu.
36	1:21'21 1:20'40	Santería I. Nancy nimmt eine rituelle Waschung vor. Kamerafahrt entlang ihres nackten Körpers. Sie betet, dass David sie begehre.
37	1:21'41 1:26'25	Erwachen. Am nächsten Morgen wartet Nancy, bis Diego ausgegangen ist. Sie weckt und kümmert sich um David. Sie gehen am Malecón spazieren, reden und lachen viel. Sie liest ihm aus der Hand und sagt ihm eine neue Liebe voraus. Am Abend bringt David sie nach Hause. Er möchte hereinkommen, aber sie verweist ihn auf Morgen.
38	1:26'26 1:27'25	Entschuldigung. Diego besucht Nancy, um sich zu entschuldigen. Nancy erzählt ihm, dass sie mit David Sex haben wird.
39	1:27'26 1:28'20	El almuerzo de Lezama. Diego, David und Nancy treffen sich zum feierlichen Abschiedessen. David weiß nichts von Diegos Plänen.
40	1:28'21 1:31'26	Liebesszene. Nach dem Essen verabschiedet Diego sich und lässt David und Nancy allein. Sie tanzen und entdecken sein Schlafzimmer.
Kapitel 5 Abschied 1:31'27 - 1:44'16		
41	1:31'27 1:31'45	Der Morgen danach. Ein strahlender David kommt in die Universität. Miguel beobachtet ihn missfällig.
42	1:31'46 1:32'52	Santería II. Nancy ist bei einem <i>Santero</i> und fragt ihn nach der Zukunft. Sie spricht von Liebe und bittet eine Heiligenfigur sowie Jesus am Kreuz um Hilfe, sie möchte zumindest ein Jahr mit David.
43	1:32'53 1:35'12	Besuch. Miguel steht vor Diegos Tür und bittet um Einlass. Währenddessen bringt David Nancy Blumen. Miguel droht Diego, aber dieser wirft ihn heraus. Es entsteht eine Auseinandersetzung zwischen Diego und Miguel vor allen Nachbarn. David kommt dazwischen. Miguel tobt.
44	1:35'13 1:38'03	Botschaft. Diego wird von einem diplomatischen Auto nach Hause gebracht, David sieht ihn dabei und stellt ihn zur Rede. <i>Me voy del país. Quiero ser como soy. Dejame intentar por lo menos.</i>
45	1:38'04 1:40'29	Hafen. Diego und David schauen über den Hafen. Sie reden über Liebe und Leidenschaft.
46	1:40'30 1:41'19	Inversion. Diego und David essen Eis im Café Coppelia. David imitiert Diego bei ihrem ersten Zusammentreffen. <i>Nadie es perfecto.</i>

Nr.	Timecode	Beschreibung
47	1:41'20 1:43'30	Der letzte Tropfen. Diego gesteht David, dass er mit Germán gewettet hatte, ihn zu verführen und Germán glaubte, die Wette verloren zu haben, was David Probleme in der Universität einbrachte. Er erklärt, dass er David oft um eine Umarmung bat, damit er sich nicht mehr "dreckig" fühlt. David hört nur zu, kommt zu ihm und umarmt ihn.
48	1:43'31 1:44'16	Paratext. Standbild der Umarmung und Abspann.

Kapitel:

1. Exposition + Neugierde	0:00'59 – 0:41'50	41 Minuten
2. Vertrauen fassen	0:41'51 – 0:55'30	14 Minuten
3. Erwachsenwerden I (politisch)	0:55'31 – 1:15'11	20 Minuten
4. Erwachsenwerden II (sexuell)	1:15'12 – 1:31'26	16 Minuten
5. Abschied	1:31'27 – 1:44'16	13 Minuten

6.1.5 Europäische Zuschauerzahlen für *Fresa y Chocolate* laut LUMIERE

Fresa y chocolate (ES) [*Originaltitel*]
Fragola e cioccolato (IT)

Regisseur(e) :
Tomás Gutiérrez Alea
Juan Carlos Tabío

Produktions- oder Koproduktionsland : CU
/ MX / ES [*Koproduktion*]

Produktionsjahr : 1993

Besucherzahlen

<i>Market</i>	<i>1996</i>	<i>1997</i>	<i>1998</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>Summe seit 1996</i>
CH		1 009	1 048	312		2 369
DK	231	132				363
ES	1 906			22		1 928
FI	39 153					39 153
FR	13 602	6 731				20 333
IT	107	64				171
SE					29	29
EUR 25	54 999	6 927		22	29	61 977
EUR 36	54 999	7 936	1 048	334	29	64 346

Quelle: http://lumiere.obs.coe.int/web/film_info/?id=555 letzter Zugriff: 10.10.2006

6.1.6 Veröffentlichungen von Tomás Gutiérrez Alea³¹²

Spielfilme

Historias de la Revolución 1960
Las doce sillas 1962 (Kodirigiert mit Ugo Ulive)
Cumbite 1964
La muerte de un burócrata 1966
Memorias del subdesarrollo 1968 (Kodirigiert mit Edmundo Desnoes)
Una pelea cubana contra los demonios 1971
La última cena 1976
Los sobrevivientes 1978
Hasta cierto punto 1983
Cartas del parque 1988
Fresa y chocolate 1993
Guantanamo 1995

Filme (andere)

La caperucita roja 1947 (Kurzfilm)
El fakir 1947 (Kurzfilm)
Movimiento por la paz 1948 (Dokumentarfilm)
Primero de Mayo 1949 (Dokumentarfilm)
Una confusión cotidiana 1950 (Dokumentarfilm)
Il sogno di Giovanni Bassain 1953 (Diplomarbeit)
Cine-Revista 1956-1959 (Kurzfilme verschiedener Genres: Dokumentar-, Werbefilm, Reportage)
La toma de La Habana por los ingleses 1958 (Dokumentarfilm)
Esta tierra nuestra 1959 (Dokumentarfilm mit Julio García Espinosa)
Asamblea general 1960 (Dokumentarfilm)

³¹² Siehe Alea 2001, <http://www.cubacine.cu/realizad/titon.html> und <http://www.clubcultura.com/clubcine/club-cineastas/titon/index.htm> (letzter Zugriff 20.09.2006).

Muerte al invasor 1961 (Dokumentarfilm)
El arte del tabaco 1974 (Dokumentarkurzfilm)
La sexta parte del mundo 1977 (Dokumentarfilm, Kodirigiert mit Julio García Espinosa)
El camino de la mirra y el incienso 1978 (Dokumentarfilm, Kodirigiert mit Constante Diego)
Contigo en la distancia 1991 (Kurzfilm)

Dramaturgie (Theater)

Papeles son papeles 1966
De cierta manera 1974
El otro Francisco 1974

Bücher

Dialéctica del espectador, Havanna (Ed. Unión) 1982.
Tomás Gutiérrez Alea. Poesía y Revolución, Las Palmas (Filmoteca Canaria Colección Voz Propia 1) 1994.

Artikel

"Another cinema, another world, another society", in: *Journal of Third World Studies* (Estados Unidos) vol. XI, no. 1, 1994, S. 90-113.
"El cine y la cultura", in: *Cine Cubano* 2, 1960, S. 3-10
"Cómo se mira una película", in: *La Gaceta de Cuba*, Dez. 1, 1962
"De Fresa y chocolate", in: *Viridiana* no. 7, Mai 1994, p. 119-124.
"Doce notas para Las doce sillas", in: *Cine Cubano* 6, 1962, S. 15-20.
"Donde se habla de lo moderno en el arte y se dicen cosas que no fueron dichas en el momento oportuno", in: *Cine Cubano* 9, 1963, S. 48-49.
"Dramaturgia (cinematográfica) y realidad", in: *Cine Cubano* 105, 1983, S.71-77.
"El Free-Cinema y la objetividad", in: *Cine Cubano* 6, 1961, S. 35-39.
"I wasn't always a filmmaker", in: *Cineaste* XIV-1, 1985, S.36-38
"Memorias del subdesarrollo", in: *Hojas de Cine. Testimonios y documentalmentos del nuevo cine latinoamericano vol. III*, S. 191-209. Edic. Secretaría de Educación Pública, Universidad Autónoma Metropolitana, Fundación Mexicana de Cineastas, Colección Universitaria. Serie Ensayo. México, 1988.
"Memorias del subdesarrollo, notas de trabajo", in: *Hablemos de Cine* 54, Juli-Aug. 1970, S. 17-19.
"Mi posición ante el cine", in: *Cine Cubano* 23-24-25, 1964, S.68-71.
"Notas sobre una discusión de un documentalmento sobre una discusión (de otros documentalmentos)", in: *La Gaceta de Cuba*, no.29, Nov. 5, 1963.
"Notas sueltas sobre un viaje", in: *Cine Cubano* 38, 1966, S. 35-43.
"Otcuzdavane i priobstavane. ajzenstajn i Breht", in: *Kinoizkustvo* XXXIX-6, 1984, S.39-48.
"Presentación de Una pelea cubana contra los demonios.", in: *Cine Cubano* 78-80, S.49.
"¿Qué es lo moderno en el arte? (Referencia: el cine)", in: *Cine Cubano* 9, 1963, S. 33-37.
"Respuesta a Cine Cubano", in: *Cine Cubano* 54-55, 1969, S. 22-27. (Interview)
"El verdadero rostro de Calibán", in: *Cine Cubano* 126, 1989, S. 13-22.
"Hablan los cineastas", in: *América Latina*. no.4, 1977, S.176-177.

6.1.7 Sequenzprotokoll *Amores Perros*

* Rhythmus: A= Anspannung und E= Entspannung

**OS (rot, Erzählstrang Octavio y Susana), DV (grün, Erzählstrang Daniel y Valeria) und CM (blau, Erzählstrang El Chivo y Maru)

Nr	Timecode	R.*	Beschreibung**
0	0:00'00"00 0:00'43"05	E	Paratext/ Titel
1	0:00'43"06 0:02'42"03	A	OS, Straße, Mexiko Stadt. Verfolgungsjagd im Auto vom jungen Octavo und El Jarocho's Männern. Cofi liegt verletzt im Auto.
2	0:02'42"04 0:02'59"00	A	AUTOUNFALL 1 Octavios und Valerias Auto prallen aufeinander. Sie ist schwer verletzt.
Titel: <i>octavio y susana</i> 0:02'59"01 - 1:00'12"21			
3	0:03'05"03 0:04'11"06	A	OS, Arena. Hundekämpfe.
4	0:04'11"07 0:05'27"16	E	OS, Haus. Exposition von Octavios Familie und den Konflikten zwischen der Mutter und Susana, der Schwägerin. Cofi läuft weg.
5	0:05'27"17 0:05'56"00	E	CM, Straße. Der dreckige und verwahrloste El Chivo sammelt Müll an den Straßen von Mexiko Stadt. Seine Hunde umgeben ihn.
6	0:05'56"01 0:06'21"21	A	OS, Arena. Hundekämpfe. El Jarocho gewinnt mit seinem Hund Pancho.
7	0:06'21"22 0:07'59"25	E A	OS, Küche. Susana und Octavio lachen miteinander, die Mutter drängelt sich dazwischen. Ramiro kommt nach Hause und beschimpft Susana vor Rodrigo wegen Cofi. Octavio nimmt sie in Schutz.
8	0:08'00"00 0:08'43"21	A	OS, Arena. El Jarocho gewinnt zum 10. Mal in Folge und wird ausgezahlt.
9	0:08'43"22 0:09'39"14	A	OS und CM, vor der Arena. El Jarocho will Pancho auf El Chivos Hunde los lassen, doch El Chivo geht mit einer Machete dazwischen. Pancho wird stattdessen auf Cofi gehetzt.
10	0:09'39"15 0:10'37"16	E	OS, Zimmer. Octavio sieht in seinem Zimmer fern. Er bemerkt, dass Ramiro Susana geschlagen hat.
11	0:10'37"17 0:11'06"05	E	CM, Baracke. El Chivo sieht sich ein Photo mit Details auf der Rückseite an und lädt seine Pistole.
12	0:11'06"06 0:13'42"21	A	OS, Haus. Die Mutter macht Octavio Vorwürfe, weil er mit seiner Schwägerin in seinem Zimmer TV sieht. Jorge erzählt Octavio, dass Cofi Pancho getötet hat. El Jarocho verlangt Schadensersatz.
13	0:13'42"22 0:14'46"02	E	OS, Küche. Eier mit Soße. Gespräch der Brüder über Ramiros Raubüberfalle.
14	0:14'46"03 0:15'28"21	A	CM, Straße. El Chivo erschießt den Mann vom Photo durch das Schaufenster eines japanischen Yuppie Restaurants.
15	0:15'28"22 0:16'26"20	E	DV, Auto, Haus. Daniels und Julietas Töchter streiten im Auto. Zuhause angekommen, erhält Julieta einen stummen, anonymen Anruf.
16	0:16'26"20 0:18'20"05	E	OS, Zimmer. Susana gesteht Octavio, erneut von Ramiro schwanger zu sein.
17	0:18'20"06	A	OS, Auto, Apotheke. Ramiro und sein Kumpel machen einen

Nr	Timecode	R.*	Beschreibung**
	0:19'13"03		Raubüberfall auf eine Apotheke.
18	0:19'13"04 0:20'54"18	E	CM, Baracke. El Chivo frühstückt und liest die Zeitung. Er stößt auf die Todesanzeige seiner Ehefrau und bricht in Tränen aus.
19	0:20'54"19 0:22'48"23	A	OS, Ramiros Zimmer. Ramiro kommt nachts heim mit Geschenken. Susana protestiert, weil er Rodrigo aufweckt. Streit bricht aus.
20	0:22'48"24 0:23'35"06	E	OS, Dach. Octavio erzählt Jorge, dass er Susana liebt und plant, Cofi professionel kämpfen zu lassen, um Geld für Susana zu verdienen.
21	0:23'35"07 0:25'15"02	A	OS, Haus. Octavio hört seinem Bruder und Susana durch die dünnen Wände unfreiwillig beim Liebesakt zu. Er ruft Susana ans Telefon.
22	0:25'15"03 0:27'53"23	A	OS, Arena. Octavio wird von El Chispas in das Geschäft der Hundekämpfe eingeführt. Cofi gewinnt seinen Probekampf.
23	0:27'53"24 0:28'52"08	A	OS, Supermarkt. Octavio provoziert Ramiro. Er kauft mit dem Kampfgeld Windeln in dem Supermarkt, in dem Ramiro arbeitet.
24	0:28'52"09 0:29'25"12	E	OS, Wohnzimmer. Octavio gibt der erstaunten Susana die gekauften Waren und den Rest des Kampfgeldes.
25	0:29'25"13 0:30'25"19	E	DV, Schlafzimmer. Daniel & Julieta liegen im Bett und sehen Werbung. Daniel erhält einen Anruf von Valeria. Er gibt vor es wäre sein Bruder.
26	0:30'25"20 0:31'07"08	A	OS, Bad. Ramiro kommt ins Badezimmer, als sein Bruder duscht. Er schlägt und bedroht Octavio.
27	0:31'07"09 0:32'33"10	A	OS, Arena. Cofi gewinnt seinen ersten offiziellen Kampf.
28	0:32'33"11 0:34'03"13	E	CM, Friedhof. Bei der Beerdigung seiner Ehefrau sieht El Chivo seine Tochter von Weitem. Seine Schwägerin erkennt ihn und ermahnt ihn, sich aus dem Leben seiner Tochter heraus zu halten.
29	0:34'03"14 0:34'15"11	A	OS, Straße. El Jarocho lädt einen toten Hund in sein Auto.
30	0:34'15"12 0:36'06"24	E	OS, Haus. Blick auf den Hausaltar. Octavio gibt Susana Geld und bittet sie, es vor Ramiro zu verstecken. <i>Tu y yo nada más.</i> Sie lacht über seine Pläne, mit ihr nach Juárez zu gehen. <i>No quiero más broncas.</i>
31	0:36'06"25 0:37'53"21	A	OS. Zum Lied <i>Si Señor</i> werden die nächsten Wochen von Ramiro und Octavio im Schnelldurchlauf gezeigt. Ramiro macht mit seinen Überfällen weiter und hat eine Affaire mit einer Kollegin. Diese wird mit Hundekampfszenen zusammen geschnitten wird. Cofi gewinnt einen Kampf nach dem anderen: Octavio ist erfolgreich. Susana und Octavio häufen Geld. Szenen von Geldzählen. Octavio kann sich ein Auto leisten. El Jarocho hat eine ernste Unterhaltung mit El Chispas.
32	0:37'53"22 0:39'03"09	A	OS, Zimmer. Ramiro bedroht Cofi/ Octavio mit einer Pistole und verlangt seinen Anteil.
33	0:39'03"10 0:39'38"07	E	CM, Straße. El Chivo beobachtet Maru, wie sie aus ihrem Haus läuft, in ihr Auto steigt und wegfährt. Sie bemerkt ihn nicht.
34	0:39'38"08 0:41'15"05	E	OS, Zimmer. Als Octavio in Ramiros Zimmer geht, sind die Familienbilder am Spiegel neben der Tür zu sehen. Es kommt zu einer ersten körperlichen Annäherung zwischen Octavio und

Nr	Timecode	R.*	Beschreibung**
			Susana.
35	0:41'15"06 0:41'51"04	E	DV, Kinderzimmer. Daniel küßt seine schlafenden Töchter.
36	0:41'51"05 0:42'57"20	E	OS, Küche2. El Chispas sagt, dass er Cofi 15 Kämpfe organisiert hat und nun aussteigt. Er schlägt Octavio einen Kampf gegen El Jarocho's Hund mit hohem Wetteinsatz vor. Octavio bittet ihn um einen Gefallen.
37	0:42'57"11 0:45'08"15	A	OS. Zum Lied <i>Lucha de Gigantes</i> wird wechselseitig gezeigt, wie Ramiro von El Chispas Leuten entführt und zusammengeschlagen wird und Octavio und Susana Sex haben.
38	0:45'08"16 0:46'49"23	E	OS, Bett. Susana und Octavio reden über Namen für das Kind, Octavio schlägt Octavio als Namen vor. Sie planen ihre Flucht und Susana bittet ihn, Cofi nicht mehr kämpfen zu lassen. Octavio sagt, es wäre der letzte.
39	0:46'49"24 0:47'30"16	E	OS, Wohnung Mutter. Susana in Schuluniform findet ihr Baby alleingelassen bei ihrer alkoholisierten Mutter vor, nimmt ihn und geht.
40	0:47'30"17 0:49'30"05	A	OS, Küche. Octavio's Mutter erzählt von den Verletzungen Ramiro's und dass er mit Frau und Kind weggegangen ist. Das ganze Geld ist weg.
41	0:49'30"06 0:49'52"12	E	DV, Fernsehaufnahmen. Valeria Amalia tritt in einer Talkshow auf.
42	0:49'52"13 0:51'38"07	E	OS, Zimmer/ DV Fernsehen. Octavio und Jorge sehen diese Talkshow. Octavio zählt sein letztes Geld für den großen Kampf. <i>Tengo que encontrarla cabrón.</i> Valeria stellt ihren "Freund" Andres Salgado vor und den Hund Richie als ihr Kind.
43	0:51'38"08 0:54'09"20	A	OS, leeres Schwimmbad. Nach einem gewonnenen Kampf schießt El Jarocho Cofi an. Octavio und Jorge fliehen mit Cofi. Octavio kehrt zurück und ersticht El Jarocho.
44	0:54'09"21 0:54'57"22	A	AUTOUNFALL 2 OS, Straße. Wiederholung Bilder Szene 1. <i>Que hiciste cabrón?</i> Verfolgungsjagd. Unfall.
45	0:54'57"23 0:58'16"21	E	DV, Straße, Wohnung. Andres bittet Valeria zum Essen. Er führt sie in eine Wohnung und sagt, es wäre ihre. Daniel erscheint und sagt, er hat sich getrennt und wohnt nun hier mit ihr zusammen.
46	0:58'16"22 0:58'40"14	E	CM, Straße. El Chivo beobachtet Luis.
47	0:58'40"15 0:59'18"24	E	DV, Wohnung. Daniel hat gekocht, aber den Alkohol zum Anstossen vergessen. Valeria geht zum Einkaufen. <i>Por favor, no vayas.</i>
48	0:59'18"25 1:00'12"21	A	AUTOUNFALL 3 DV, Auto. Valeria fährt unangeschnallt im Auto. Sie fährt an El Chivo vorbei. Sie singt und zieht an einer Ampel ihren Lippenstift nach. Unfall.
Titel: <i>daniel y valeria</i> 1:00'12"22 - 1:29'56"19			
49	1:00'06"24 1:01'30"20	A	DV, Krankenhausflur. Daniel und Andres warten auf den Arzt, der keine guten Nachrichten über Valeria's Verletzungen bringt.
50	1:01'30"21 1:03'10"23	A	DV, Krankbett. Valeria mit Halskrause. Sie hat Schmerzen, Daniel redet ihr zu. Nachts wacht sie auf und hat Angst. Ihr Bein ist

Nr	Timecode	R.*	Beschreibung**
			operiert.
51	1:03'10"24 1:05'24"22	E	DV, Wohnung. Valerias Ankunft zu Hause im Rollstuhl. Richie erwartet sie. Daniel geht zur Arbeit und Valeria bleibt allein zurück.
52	1:05'24"23 1:07'09"22	E	CM, Straße, Wohnung. El Chivo bricht in Marus Wohnung ein. Er sieht sich um, schaut ihre Fotos an und nimmt eines mit.
53	1:07'09"23 1:09'18"23	A	DV, Wohnung. Richie fällt in ein Loch im Parkett und geht im Boden verloren. Später versucht Daniel, ihn mit Schokolade zu locken.
54	1:09'18"24 1:11'14"10	A	DV Schlafzimmer und Wohnzimmer. Nächtliche Suche nach Richie.
55	1:11'14"11 1:11'31"17	E	CM, Baracke. El Chivo pflegt den verletzten Cofi.
56	1:11'31"18 1:13'19"05	A	DV, Wohnung. Valeria, im Bett und Rollstuhl, ist allein zu Haus. Klaustrophobischer Eindruck. Sie sieht Ratten unter dem Parkett.
57	1:13'19"06 1:14'18"07	E	DV, Agentur. Daniel bei der Arbeit, auf seinem Tisch ein Bild von Frau und Kindern. Er wird ans Telefon gerufen. Valeria ist eifersüchtig.
58	1:14'18"08 1:16'51"13	A	DV, Wohnung. Valeria ist verzweifelt. Streit wegen Ritchie. Daniel schlägt den Boden weiter auf. Anonymer Anruf. Julietas Rache?
59	1:16'51"14 1:18'05"01	E	DV, Wohnung. Valeria kann vor Schmerzen nicht schlafen. Daniel hat Geldsorgen.
60	1:18'05"02 1:18'52"17	E	DV, Wohnung. Valeria schaut sich alte Fotos von sich und ihrer Familie sowie Briefe an. Ihr ist langweilig und sie ist einsam.
61	1:18'52"18 1:20'25"11	A	DV, Krankenhaus und Auto. Valeria wird der Verband abgenommen. Sie soll weiter bewegungslos bleiben. Die Wunde sieht nicht gut aus.
62	1:20'25"12 1:21'15"17	A	DV, Schlafzimmer. Daniel und Valeria streiten sich sehr heftig und beschimpfen sich. Daniel schläft auf dem Sofa.
63	1:21'15"18 1:23'06"14	E	DV, Wohnung, Agentur. Daniel verabschiedet sich am nächsten Morgen und geht zur Arbeit. Vom Büro aus ruft er Julieta an, redet aber nicht mit ihr. Sie errät, dass er am Telefon ist. <i>Gordo?</i>
64	1:23'06"15 1:25'14"14	A	DV, Wohnung. Als Daniel nach Hause kommt ist der Boden weiter aufgeschlagen. Valeria hat sich im Schlafzimmer eingeschlossen. Später tritt er die Tür ein und findet er sie bewußtlos auf dem Boden.
65	1:25'14"15 1:26'22"07	A	DV, Krankenhaus. Valerias verletztes Bein wird ab dem Knie amputiert. Daniel weint.
66	1:26'22"08 1:28'37"00	A	DV, Wohnung. Daniel sieht aus seinem Wohnungsfenster Valerias Plakat an. Er reißt den Boden weiter ein und findet Richie lebend.
67	1:28'37"01 1:28'41"19	E	DV, Straße. Daniel holt Valeria aus dem Krankenhaus ab.
68	1:28'41"20 1:29'56"19	E	DV, Wohnung. Die Plakatwand ist wieder frei: <i>Disponible</i> . Valeria weint. Sie sitzt in einem elektrischen Rollstuhl. Daniel tröstet sie.
			Titel: <i>el chivo y maru</i> 1:29'56"20 - 2:22'47'15
69	1:30'07"08 1:32'51"10	E	CM, Auto. Der Polizist Mauricio fährt mit Gustavo zu El Chivo und erzählt ihm von dessen revolutionären Zeiten und Gefängnisaufenthalt.

Nr	Timecode	R.*	Beschreibung**
70	1:32'51"11 1:36'22"10	E	CM, Baracke. El Chivos einst schönes Haus wird zum ersten Mal richtig gezeigt. Es ist verlassen und heruntergekommen. Mauricio, Gustavo und El Chivo besprechen die Details zu dem Mord an Luis.
71	1:36'22"11 1:37'13"03	E	CM/ OS, Rotlichtmilieu. Lied <i>La vida es un carnaval</i> . El Chivo lässt an einem Automaten Passbilder machen. Der verletzte Ramiro mit Baby und Susana laufen am Automaten vorbei.
72	1:37'13"04 1:38'44"07	E	CM, Baracke. El Chivo sieht ein Fotoalbum mit Marus Kinderbildern an. Er und seine Frau sind zu sehen. Er weint und überklebt Marus Stiefvater von dem gestohlenen Foto mit seinem Passbild.
73	1:38'44"08 1:41'13"06	E	CM, Straße. El Chivo wandert durch Mexiko Stadt und beobachtet Luis und Gustavo. Er folgt Luis und seiner Geliebten zu einem Restaurant.
74	1:41'13"07 1:43'42"21	A	AUTOUNFALL 4 CM, Straße. Neben dem Restaurant passiert der Autounfall. El Chivo läuft hin, hilft dem verletzten Octavio auszusteigen, beraubt ihn und nimmt den für Tod gehaltenen Cofi mit. Octavio und Valeria schreien vor Schmerzen. Jorge ist bereits tot.
75	1:43'42"22 1:45'17"16	E	CM, Baracke. El Chivo verbindet Cofi.
76	1:45'17"17 1:45'36"04	E	CM, Marus Haus/Straße. Maru sieht aus dem Fenster und bemerkt El Chivo, der ihr zuwinkt. Sie schliesst den Vorhang ohne zurückzugrüßen.
77	1:45'36"05 1:45'49"12	E	CM, Friedhof. El Chivo auf dem Friedhof vor einem Grab.
78	1:45'49"13 1:47'06"00	A	OS/ CM Auto/Bank. Ramiro überfällt mit seinem Partner eine Bank. Er ist sich bewußt, wie riskant eine Bank ist und raubt diesmal ohne Maske. Mauricio ist als Kunde zufällig dort. Er erschießt Ramiro.
79	1:47'06"01 1:48'08"20	E	CM, Baracke. El Chivo kümmert sich um Cofi und füttert ihn sowie die anderen Hunde.
80	1:48'08"21 1:51'48"02	A	CM, Straße. El Chivo verfolgt Luis. Mauricio beschwert sich bei ihm, dass er in den letzten 10 Tagen den Mord noch nicht erledigt hat. El Chivo will Luis erschießen. Kleine Kinder kommen ihm dazwischen.
81	1:51'48"03 1:54'52"12	A	OS, Leichenhalle. Ramiro liegt aufgebahrt im Sarg. Der kahlgeschorene Octavio und Susana treffen aufeinander. Er bittet sie wieder, mit ihm fort zu gehen. Sie sagt, Ramiro war ihr Ehemann und sie würde ihr Baby, sollte es ein Junge sein, Ramiro nennen.
82	1:54'52"13 1:57'01"08	A	CM, Baracke. El Chivo kommt nach Hause und Cofi kommt ihm entgegen. Er hat alle anderen Hunde gebissen. El Chivo zielt mit der Pistole auf Cofi, schüttelt ihn aber nur und schreit: <i>Esto no she hace</i>
83	1:57'01"09 1:57'42"05	A	CM, Auto. Ein einziger Hund hat überlebt, stirbt aber, als El Chivo ihn ins Auto legt. El Chivo schluchzt und weint.
84	1:57'42"06 1:59'17"12	E	CM, Hinterhof. El Chivo verbrennt alle toten Hunde. Cofi sitzt daneben. Über El Chivos Bett an der Decke hängt ein Kinderbild von Maru.
85	1:59'17"13 2:06'27"00	A	CM, Baracke/ Tiefgarage. El Chivo bereitet sich vor und zieht los. Er entführt Luis. Er erzählt ihm, dass er sein Auftragsmörder ist und führt ihn zu sich nach Hause. Sie reden über Namen für Cofi, El Chivo schlägt Gustavo vor. Gustavo ist Luis' Halbbruder.

Nr	Timecode	R.*	Beschreibung**
86	2:06'27"01 2:08'01"15	A	CM, Baracke. Der nächste Morgen. El Chivo macht Musik an und füttert Luis, der in die Hose gemacht hat, Banane. Luis bietet ihm Geld, vor allem, wenn er Gustavo dafür tötet. El Chivo will kein Geld.
87	2:08'01"16 2:09'11"01	E	CM, Straße. Rock N'Roll. El Chivo verkauft Luis Mercedes. Er ruft Gustavo an und zitiert ihn zu sich nach Hause.
88	2:09'11"02 2:11'19"13	A	CM, Baracke. Der zitternde Gustavo kommt zu El Chivo und übergibt das Geld. El Chivo gibt ihm die Pistole, damit er Luis selbst umbringt. Gustavo kann es nicht und weint. El Chivo schlägt ihn.
89	2:11'19"14 2:12'36"05	E	OS, Busbahnhof. Octavio wartet vergeblich auf Susana. Er steigt nicht in den Bus nach Juárez ein.
90	2:12'63"06 2:14'23"12	E	CM, Baracke. El Chivo duscht und rasiert sich. Er schneidet seine Haare und zieht Gustavos Hemd und Anzugsjacke an. Er packt seine Sachen zusammen.
91	2:14'23"13 2:16'00"00	A	CM, Baracke. El Chivo macht Gustavo und Luis halb los und lässt sie mit der Pistole allein. Er geht mit Cofi weg. Sie sehen ihm verblüfft zu und versuchen dann beide, die Pistole zu erreichen. <i>Te vas a morir, cabrón.</i>
92	2:16'00"01 2:17'03"05	E	CM/DV, Straße. El Chivo macht erneut Passfotos. Er sieht im Vorbeigehen, wie Valerias Plakatwand abgenommen wird. In Gustavos Auto sitzend, ersetzt er das alte Passfoto im Album mit dem neuen.
93	2:17'03"06 2:21'17"19	A	CM, Marus Haus. El Chivo bricht erneut bei Maru ein. Er bringt das Foto zurück und legt ihr Geld bündelweise unters Kissen. Er hinterlässt ihr eine erklärende Nachricht auf ihrem Anrufbeantworter (<i>Te habla Martín, tu papa</i>) und sagt, dass er wieder kommt sobald er Wert ist ihr in die Augen zu schauen.
94	2:21'17"20 2:22'47"15	E	CM, Straße. El Chivo/Martín verkauft nun auch Gustavos Auto. Er nennt Cofi Negro. Negro begleitet ihn in die Ferne.
95	2:22'47"16 2:27'33"00	E	Paratext: Widmung. <i>a luciano, por que también somos lo que hemos perdido.</i> Abspann

Kapitel:

1. octavio y susana	0:02'59'01 - 1:00'12"21	58 Minuten
2. daniel y valeria	1:00'12"22 - 1:29'56"19	29 Minuten
3. el chivo y maru	1:29'56"20 - 2:22'47"15	53 Minuten

6.1.8 Europäische Zuschauerzahlen für *Amores Perros* laut LUMIERE

Amores perros (ES) [*Originaltitel*]

Love's a Bitch (EN)

Amours chiennes (FR)

Korcs szerelmek (HU)

Älskade hundar (SV)

Regisseur(e) :

Alejandro González

Iñárritu

Produktions- oder Koproduktionsland : MX

Produktionsjahr : 2000

Besucherzahlen

<i>Market</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>Summe seit 2000</i>
BE		13 233					13 233
CH		38 654	4 853				43 507
CZ		8 476		4 574	1 770	504	15 324
DK		11 792	468	216			12 476
ES		294 255	2 220	738	44	186	297 443
FR	61 220						61 220
GB		170 477					170 477
HU			6 787				6 787
IS			4 071				4 071
IT		36 858	425			179	37 462
NL		25 414					25 414
NO		16 298					16 298
PL		22 984	10 307	2 449	1 509		37 249
SE		5 094					5 094
TR		68 376					68 376
EUR 25	61 220	588 583	20 207	7 977	3 323	869	682 179
EUR 36	61 220	711 911	29 131	7 977	3 323	869	814 431
QC			139	98			237
US		1 003 426					1 003 426

Quelle: http://lumiere.obs.coe.int/web/film_info/?id=15398 letzter Zugriff: 10.10.2006

6.1.9 Filme von Alejandro González Iñárritu

Spielfilme

Amores Perros 2000 (Mexiko)

21 Gramos 2003 (USA)

Babel 2006 (USA)

Filme (andere- Auszug)

Mágica Digital 1987 - 1991 (TV-Serie)

Detrás del dinero 1995 (TV- halblanger Film)

El Timbre 1996 (Kurzfilm)

Powder Keg 2001 (prämierte 8 minütige BMW Werbung)

11'09"01 – September 11, Segment *Mexiko* 2002 (Teil des Kinofilm)

6.2 Anhang Kapitel 3

6.2.1 Kolumbianische Berufsgenossenschaften und -vereinigungen³¹³:

- Die ACDPC (*Asociación Colombiana de Distribuidores de Películas Cinematográficas*). Sie schliesst die Verleihe UIP (*Universal International Pictures Tristar*), welche die Filme von Sony Pictures Entertainment, Metro- Golden-Mayer, Paramount und Universal Studios verleiht, und Cine Colombia, welche die Filme von Warner, Fox und Buena Vista verleiht, zusammen. Sie geben, wie die MPAA, Statistiken wie die Top Ten des Monats/ Jahres und Zuschauerzahlen heraus und vertreten als Lobby die Interessen der Großkonzerne.

- Die CV Colombia (*Asociación de Productores y Directores de Cine y Video Colombia*). Die gemeinnützige Genossenschaft der Regisseure und Produzenten ist Mitglied der FIPCA (*Federación Internacional de Productores Cinematográficos*) und der spanischen EGEDA (*Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales*). Interessanterweise ist dies die einzige Genossenschaft, die von einer Reaktivierung und einem Aufbau der nationalen Kinoindustrie spricht, nicht von einer Förderung und Aktivierung. Als Lobby für Regisseure und Produzenten will sie Einfluss nehmen auf die Formulierung und Gestaltung von gesetzlichen Entwürfen sowie filmpolitischen Richtlinien. Dazu beteiligt sie sich zusammen mit Proimagenes und dem Kultusministerium aktiv an den laufenden Verhandlungen bezüglich der gesamtamerikanischen Freihandelszone ALCA sowie an Maßnahmen von Ibermedia. Zu ihren Mitgliedern gehören Jaime Osorio, Diego Espinosa, Federico Durán, Clara Maria Ochoa und Raúl García.

- Die gemeinnützige NCL (*Corporación del Nuevo Cine Latinoamericano*). Ähnlich wie die ACCO will sie die Kinoindustrie stärken. Zusätzlich setzt sie einen Schwerpunkt auf den Verleih der nationalen Filme. Die NCL organisiert zur Stärkung der Aktivitäten im Bereich Film, Video und Fernsehen Festivals, Seminare und Workshops. Ihre Gründer sind unter anderem Sergio Cabrera, Ciro Durán, Manuel José Alvarez, Jorge Alí Triana, Víctor Gaviria, Adelaida Trujillo, Teresa Saldarriaga und Jaime Osorio.

Zu den kleineren Interessenverbänden gehören die ACCO (*Asociación de Cinematografistas Colombianos*), die ALADOS (*Asociación Colombiana de Documentalistas*), die ACCA (*Asociación Colombiana de Creadores Audiovisuales*), FEDEIMAGEN (*Federación Colombiana de Imágenes Audiovisuales*) und die ANC (*Asociación de Nuevos Realizadores*). Ebenso die ACTO (*Asociación Colombiana de Actores, Directores y Dramaturgos*), die ADECOL (*Asociación de Artistas de Colombia*) und die ACOMPAS (*Asociación Colombianade Compositores Audiovisuales*). Die Namen der Interessensverbände sprechen für sich selbst: Die Vereinigung der Kameralleute hat sich zum Ziel gesetzt, die kolumbianische Kinoindustrie zu schützen, zu entwickeln und zu bewerben sowie die Zusammenarbeit unter Kameralenten zu fördern. Die in 2000 gegründete gemeinnützige ALADOS vertritt die Interessen der Regisseure, Produzenten und Liebhaber von Dokumentarfilmen, während die ACTO auch Schauspieler und Dramaturgen mit einbezieht.

³¹³ Siehe die Veröffentlichungen des kolumbianischen Kultusministerium und der OEI (*Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura*), publiziert vom Kultusministerium im CD-Rom Format als "Informe del Sistema Nacional de Cultura – Colombia" und virtuell unter www.oei.es sowie Lino Jaramillo G., Mauricio Reina E., Luis Alberto Zuleta J., *Impacto del Sector Cinematográfico sobre la Economía Colombiana: Situación Actual y Perspectivas*, Bogotá (Fedesarrollo) 2000.

6.2.2 Darstellung FOCINE

Mittelfristige staatliche Maßnahmen wie die Gründung des staatlichen Filminstituts FOCINE sind ein Zeichen der weder dauerhaften noch strukturierten Bemühungen in Kolumbien, das nationale Kino als kulturell wichtiges, sowie als wirtschaftliches Potenzial zu sehen und zu nutzen. FOCINE, unterliegt den gleichen Schwierigkeiten, wie Film Institute anderer lateinamerikanischer Länder: finanzielle Not, politische Unbeständigkeit, und die Dominanz des Filmmarktes durch wenige transnationale Firmen. Es existiert von 1978 bis 1992 und ermöglicht eine zeitweilige regelmäßige Produktion, vor allem von Kurzfilmen. Die Art der finanziellen Unterstützung ist jedoch nicht auf langfristige Förderung einer eigenen Industrie angelegt.

Desde su fundación en 1978, FOCINE se constituyó en el centro de una amplia controversia económica y legal que lo llevó a abandonar la producción de filmes hacia fines de la década del ochenta, a redefinir su papel como promotor del cine nacional dentro y fuera de fronteras, y finalmente a su desaparición un par de años después. (<http://www.geocities.com/gonzamen/colombia.html> letzter Zugriff 23.11.2004)

Während seiner 15jährigen Existenz produziert und co-produziert FOCINE circa 200 Filme verschiedener Länge und Formate.³¹⁴ Finanziert wird die Stiftung durch wechselnde Quellen. Von 1985 bis 1990 geschieht dies z.B. durch einen per Gesetz 55 in 1985 eingeführten Aufschlag von 16 Prozent auf Kinoeintrittskarten, 8,5 Prozent davon gehen direkt an FOCINE. Die restlichen 7,5 Prozent werden ausschließlich der Finanzierung von einheimischen Kurzfilmen (Produktion, Distribution und Ausstellung) zur Verfügung gestellt. Das Gesetz 49 von 1990 hebt diesen Aufschlag allerdings wieder auf.

FOCINE tritt für die Präsenz kolumbianischer Filme auf internationalen Festivals ein und fördert Filmprojekte auf Projektmärkten. Die zwei heimischen Filmfestivals (in Bogotá und Cartagena de Indias) werden durch FOCINE unterstützt und auch auf dem Gebiet der Archivierung gibt es Fortschritte. Neben den Filmfestivals werden kolumbianische Filme nur im nationalen Markt gezeigt. Die staatlichen Financiers achten bei der Auswahl der Förderprojekte zu wenig auf deren Realisierbarkeit und Kommerzialisierungspotenzial. Hinzu kommt, dass ab Mitte der 80er Jahre das eigene Filmpublikum auch aufgrund der starken Konkurrenz durch Fernsehen, Video und später dem Kabelfernsehen dem Kino fern bleibt. Nationale Kinofilme schreiben durch den Verkauf der Kinokarten keine schwarzen Zahlen mehr. Der Kostendeckungspunkt eines kolumbianischen Spielfilms mit moderatem Budget liegt Anfang der 90er Jahre bei circa einer Million Zuschauer. *Amar y vivir (Leben und Lieben*, Carlos Duplat 1989), der Kinohit im Jahr 1991, bringt es auf lediglich 700.000 Zuschauer, während ein durchschnittlicher kolumbianischer Spielfilm in den 90ern circa 300.000 Zuschauer in die Kinos zieht³¹⁵. Diese Tatsache und die unzureichende Hilfe der Regierung zwingt kolumbianische Produktionsfirmen dazu, alternative Finanzierungsmöglichkeiten zu nutzen. Die offensichtlichste ist die Koproduktion. Der letzte von FOCINE mitgeförderte Film *Die Strategie der Schnecke* wird durch die eigene Firma des Regisseurs Sergio Cabrera sowie durch die Produktionsgesellschaft *Crear T.V.* mitfinanziert. Weitere Filme Cabreras arbeiten mit Spanien und Italien zusammen. *La gente de la Universal (Detektivbüro Universal*, Felipe Aljure 1991) zählt auf die Finanzierung durch Spanien und Bulgarien. Diese Liste ist beliebig weiterführbar.

³¹⁴ Laut OEI sind es 29 Spielfilme, 140 mittellange Filme (*mediometrajes*), 9 Kurzfilme und 72 Dokumentationen.

³¹⁵ <http://www.imdb.com/title/tt0103665/business> (letzter Zugriff 05.10.2006) und (http://www.mpaa.org/mpaa-al/FIU_Triana.htm#_ftnref2) letzter Zugriff 02.10.2006

6.2.3 Produktionszahlen (Spielfilme) nach Jahren

Kolumbien laut OEI, Julio Luzardo, Guzmán Cárdenas (falls abweichend in Klammern) und CACI Berichten: 1990: 2, 1991: 0, 1992: 1, 1993: 2, 1994: 1, 1995: 1, 1996: 3 (5), 1997: 4 (1), 1998: 7 (4), 1999: 3, 2000: 3 (5), 2001: 3 (4), 2002: 6, 2003: 4 (6), 2004: 2 (8), 2005: 6

Kuba laut Schumann, Guzmán Cárdenas, ICAIC und Chanan: 1990: 3, 1991: 5, 1992: 2, 1993: 2, 1994: 3, 1995: 3, 1996: 0, 1997: 2, 1998: 1, 1999: 6 (4 laut GC, 2 laut ICAIC), 2000: 3 (2 laut ICAIC), 2001: 1 (4 laut ICAIC), 2002: 3, 2003: 5, 2004: 3, 2005: 5

Mexiko laut Paranaguá, Estrada und García Riera (Letzterer in Klammern): 1990: 52 (75), 1991: 34 (62), 1992: (58), 1993: 47 (49), 1994: (28), 1995: 17 (17), 1996: 18 (16), 1997: 5 (13), 1998: 23, 1999: 37, 2000: 26, 2001: 21, 2002: 14³¹⁶, 2003: 36 (25 laut www.obs.coe.int), 2004: 18, 2005: 39 (laut Bericht 2005 von IMCINE unter www.imcine.gob.mx, wobei weniger als die Hälfte davon in den nationalen Kinos zu sehen waren)

6.3 Anhang Kapitel 5: *Boletín Claqueta*

----- Original Message -----

From: "Cine" <cine@mincultura.gov.co>

Sent: Saturday, July 15, 2006 2:22 AM

Subject: Claqueta / Toma 230 - Ministerio de Cultura de Colombia

República de Colombia

Ministerio de Cultura

La cultura es eje de desarrollo y piedra angular para alcanzar la equidad social

Claqueta / toma 230

Boletín electrónico semanal para el sector cinematográfico. 14 de julio de 2006

Ministerio de Cultura - Dirección de Cinematografía

En acción

RESULTADOS DE LA REUNIÓN CAACI-IBERMEDIA

Del 12 al 14 de julio se celebró en Bogotá la Reunión del Programa IBERMEDIA y la XV Reunión Ordinaria de la CAACI. Al evento asistieron representantes de 17 países (los 14 miembros de IBERMEDIA además de Costa Rica, Ecuador y Honduras, quienes aspiran a ingresar en el programa y asisten como observadores). Al término de las jornadas de discusión entre las autoridades cinematográficas, se premiaron un total de 58 proyectos, entre los que se cuentan 25 coproducciones, 22 proyectos en desarrollo, 5 para distribución y 6 de formación, por un monto total de 2'618.000 dólares. Los dos proyectos presentados por Colombia en esta convocatoria, pertenecientes a la modalidad de desarrollo, fueron premiados con un monto de 10.000 dólares cada uno. Estos son: La leyenda Makú, presentado por Felipe Dothee y Los viajes del viento del director Ciro Guerra. Esta primera convocatoria premió también el proyecto de coproducción entre Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, España, Perú y Venezuela llamado ¿Qué culpa tiene el tomate? con 100.000 dólares. La parte colombiana está representada por Patofeo Films. Colombia reservará para la segunda convocatoria del Programa IBERMEDIA de este año, cuya discusión se hará durante el mes de noviembre de 2006 en San Juan de Puerto Rico, la presentación de seis proyectos en la modalidad de coproducción: Paraíso Travel, Perro come perro, Línea de fuga, La burra, Ojo x ojo y La vida era en serio; seis proyectos en la modalidad de desarrollo: La sociedad del semáforo, Uno+uno, Luka, Saudo, Sosiego y El gancho; y, por último, dos más de formación: "Seminario taller perspectivas y herramientas para el trabajo en red de unidades de información especializada en cine y medios audiovisuales de Iberoamérica y el Caribe", presentado por el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, y "Programa Cine", presentado por la Universidad de Antioquia.

cine@mincultura.gov.co <<mailto:cine@mincultura.gov.co>>

³¹⁶ Spanix.com News (letzter Zugriff 15.12.2003)

FORO ¿HACIA DONDE VA LA COPRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN IBEROAMERICA?

Ayer 13 de julio se llevó a cabo, en el Museo de Arte Moderno del Banco de la República, el Foro ¿Hacia dónde va la coproducción cinematográfica en Iberoamérica? con la asistencia de 110 personas, dentro del marco de la Reunión de la CAACI y el Programa IBERMEDIA. El foro contó con la asistencia de representantes de Argentina, Brasil, Chile, Cuba, España, México, Portugal, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela, quienes explicaron las oportunidades y dificultades de la coproducción y los proyectos que se tienen en mente para abrir más espacios que generen relaciones y fortalezcan la producción, distribución y coproducción en Iberoamérica. También participaron productores y directores colombianos que contaron sus experiencias en los proyectos de coproducción con otros países. Algunas de las intervenciones estuvieron a cargo de Federico Durán, productor de la película La historia del baúl rosado, quien hizo hincapié en la necesidad de abrir espacios para crear relaciones con otras naciones que compartieran historias, intereses y mercados, teniendo en cuenta que la coproducción es un proceso que lleva tiempo pero requiere de un esfuerzo por parte de los realizadores. Por su lado, Clara María Ochoa, productora de Soñar no cuesta nada, que está próxima a estrenarse, anunció su próximo proyecto que es la adaptación de la obra de Gabriel García Márquez, Del amor y otros demonios, que será una coproducción con Costa Rica.

cine@mincultura.gov.co <mailto:cine@mincultura.gov.co>

EL TRATO SE PRESENTÓ EN PRESIDENCIA

El pasado jueves 13 de julio fue presentada El Trato de Francisco Norden, primer estreno del cine nacional en el 2006, en la Presidencia de la República. A este importante evento asistieron Elvira Cuervo, Ministra de Cultura, Francisco Santos, Vice-presidente de la República, David Melo, Director Nacional de Cinematografía y algunos integrantes del elenco, entre ellos sus protagonistas Isabella Santo Domingo y Ramiro Meneses. El lanzamiento del filme se llevará a cabo el próximo 19 de julio en simultánea nacional en 22 salas.

paolavillamarin@gmail.com <mailto:paolavillamarin@gmail.com>

REUNIONES CON CONSEJOS REGIONALES DE CINEMATOGRAFÍA

La Dirección de Cinematografía ha sostenido reuniones con los Consejos Departamentales y Distritales de Cinematografía de Antioquia, Cartagena, Barranquilla-Atlántico, Caldas, Arauca y Santa Marta, con el fin de hacer un acompañamiento al diseño de las líneas de lo audiovisual y cinematográfico de los Planes de Acción territoriales. En estos encuentros se realizó una presentación de los programas regionales del Ministerio de Cultura y de las convocatorias del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico 2006; una revisión y actualización del diagnóstico sobre el sector a nivel territorial, así como una propuesta del Plan de Trabajo 2006-2007 para el sector audiovisual regional. En este ejercicio se vienen planteando propuestas para apoyar procesos de apreciación cinematográfica, formación de públicos y estímulos a la creación a través de convocatorias locales, todas éstas en definición por parte de gobernaciones y distritos. El objetivo final de este acompañamiento es diseñar políticas sobre el área que sean incluidas en el marco de los planes culturales del próximo cuatrienio 2007-2010, que adelantan las entidades territoriales. Se espera que estas propuestas se consoliden en la Reunión de Directores de Entidades Culturales, departamentales y distritales, que se llevará a cabo del 24 al 26 de julio en Bogotá y que organiza el Ministerio de Cultura.

cine@mincultura.gov.co <mailto:cine@mincultura.gov.co>

CINCO AÑOS DE PANTALLA COLOMBIA

El Boletín Digital Pantalla Colombia celebró el pasado jueves 13 de julio sus primeros cinco años en el marco de la Primera Exhibición de In Vitro Visual. 20 mil suscriptores, más de 280 ediciones y un aporte fundamental para el sector cinematográfico son el balance de esta experiencia. Claqueta se une a esta celebración y felicita a quienes semanalmente escriben y leen este espacio virtual de información y reflexión acerca del cine.

pc@proimagenescolombia.com <mailto:pc@proimagenescolombia.com>

Nos están viendo

PARAISO MEJOR ÓPERA PRIMA EN MARSELLA

La película Paraíso del director colombiano Felipe Guerrero recibió el premio a mejor Ópera Prima en el Festival Internacional de Documental de Marsella 2006. La película también concursó en la Competencia Internacional y fue nominada a la mejor banda sonora con el Prix Son. Paraíso es un evocación de un país y de su memoria histórica, del movimiento nadaísta y de la vida moderna en Colombia. Felipe Guerrero estudió cine en la Escuela de la Película de Unitec en Bogotá y desarrolla actualmente su primera película de ficción con una beca concedida en el 2004 por la Fundación Carolina y Casa de América.

www.fidmarseille.org <<http://www.fidmarseille.org>>

www.paraisofilm.blogspot.com <<http://www.paraisofilm.blogspot.com>>

¿A dónde van las películas?

CIERRE DE CONVOCATORIA DEL FESTIVAL FILMAR EN AMÉRICA LATINA

La oficina para América Latina de este Festival, que se realiza en Ginebra-Suiza en noviembre de cada año, presenta la convocatoria a este certamen con el interés de programar filmes producidos en Colombia, Venezuela, Ecuador, Bolivia, Perú y Chile. Las modalidades de soporte digital son las siguientes: documentales, animaciones y ficción: cortos, medimétrajes y largos. El cierre es el próximo 31 de julio y los interesados deben enviar ficha técnica y sinopsis al correo electrónico mбенитес@films.com.pe. Y vía correo postal certificado una copia para visualización a Stefan Kaspar y/o María Elena Benites en la dirección Malecón Grau 927, Chorrillos. Lima 9 - Peru.

www.filmaramlat.ch <<http://www.filmaramlat.ch>>

Telefax (51.1)251.3404

mбенитес@films.com.pe <<mailto:mбенитес@films.com.pe>>

FESTIVAL DE VIDEO DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA

El Festival de Video de Santa Cruz de la Sierra, Fenavid, abre su convocatoria a estudiantes de escuelas de cine y productores independientes de toda Latinoamérica. El Festival se realizará entre el 3 y el 8 de septiembre y las inscripciones estarán abiertas hasta el 1 de Agosto. Los participantes podrán presentar uno o más trabajos en forma individual o colectiva realizados durante el 2005 y 2006. El evento contará con dos muestras: una competencia de videos de escuelas de cine y una competencia de cortometrajes independientes. Los trabajos deben ser enviados a:

Festival Internacional de Video - FENAVID 2006

Calle Güemes, pasillo 2 Norte # 123

(57 1) 3448831 - 3366061, Fax 3448831

Santa Cruz de la Sierra, Bolivia

<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias/2006/fenavid.html>

<<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias/2006/fenavid.html>>

DOS FESTIVALES DE ARTE Y CULTURA DIGITALES EN CANARIAS

Del 31 de octubre al 4 de noviembre se llevarán a cabo el Festival Internacional de Artes y Culturas Digitales de Gran Canaria y el Festival de Artes y Culturas Digitales de Gran Bretaña en Las Palmas de Canarias, España. Podrán participar obras producidas en formato digital con posterioridad al 1 de enero de 2005 y se recibirán propuestas hasta el 28 de julio del presente año. No se admiten filmes, excepto en el caso de los documentales. Se admitirá un máximo de dos obras por concursante en cada categoría y los trabajos no pueden exceder 35 minutos.

www.canariasmediafest.org <<http://www.canariasmediafest.org>>

canariasmediafest@grancanaria.com <<mailto:canariasmediafest@grancanaria.com>>

(0034 9)28- 250587 / Fax: (00349)28- 254629

Próximamente

EL NIÑO

Este sábado 15 de julio, a las 10:00 a.m. en el Multiplex Embajador, se llevará a cabo el estreno comercial de la película El Niño, que ya fue presentada en el pasado Eurocine. Este filme, dirigido por Jean-Pierre y Luc Dardenne, ha sido ganador del Gran Premio Palma de Oro del Festival Internacional del Filme de Cannes el año anterior, quienes ya habían ganado este galardón con la película Rosetta. Jérémie Renier y la joven actriz francesa Déborah François protagonizan la historia de una joven pareja que acaba de tener un bebé, él es ladrón y ella vive de un subsidio estatal y se enfrentan al reto de ser padres en medio de estas dificultades.

www.cineplex.com.co <<http://www.cineplex.com.co>>

Pizarrón

TALLER INTERNACIONAL DE DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA Y CÁMARA

El 19 de julio se inicia el Taller Internacional "Dirección de Fotografía y Cámara para cine, video y formatos digitales" organizado por el Instituto Internacional de Cine y Televisión La Isla a Mediodía. El taller será dictado por el maestro Jorge Suárez Coellar de México quien ha recibido los Ariel, Diosa de Plata y Catalina de Oro por Gotilla un Dios para sí mismo, entre otros. El costo del taller es de \$700.000 que incluyen materiales y equipos y la duración será de 11 días.

Instituto Internacional de Cine y Televisión La Isla A Mediodía

Calle 94 # 9 - 92, Bogotá

(57 1) 2570963

laislamediodia@gmail.com <<mailto:laislamediodia@gmail.com>>

Clasificados de película

SE OFRECEN SERVICIOS

Personal calificado, producción, postproducción, asesoría y desarrollo de proyectos de cinematografía digital con equipos HD 1080, 720, Varicam, DVCPro100 y DVRack HD.

www.imaginar.digital.com <<http://www.imaginar.digital.com/>>

contacto@imagingartdigital.com <<mailto:contacto@imagingartdigital.com>>

ALQUILER DE EQUIPOS

Compañía de Cine Digital ofrece en alquiler la cámara Panasonic DVX100, desde \$100.000 pesos el día. También ofrecemos luces, jib, steady y cámaras HD.

aprendetelo@gmail.com <<mailto:aprendetelo@gmail.com>>

SE VENDE CÁMARA

Se vende Cámara Sony DVCAM DSR 300 con 2 baterías, cargador y maleta.

paulct@hotmail.com <<mailto:paulct@hotmail.com>>

VENTA DE MEMORIAS USB

Vendo Memoria USB, Markvision, a prueba de agua y golpes, recubrimiento de goma, alta velocidad de transferencia de 480mb/s, Sistema Plug & Play, compatibles con Windows, Macintosh, Linux. No requiere batería ni fuente de poder externa. Entrega a domicilio en Bogotá y otras partes de Colombia, Servientrega al cobro. 2 modelos disponibles de 1 y 2 GB a \$87.000 y \$165.000, respectivamente.

(57) 310-6994197

gnarvaez001@hotmail.com <<mailto:gnarvaez001@hotmail.com>>

República de Colombia

Ministerio de Cultura

Dirección de Cinematografía

Calle 35 No. 4-89, La Merced, Bogotá DC, Colombia

(571) 288 4712/3247, fax (571) 285 5690

cine@mincultura.gov.co <<mailto:cine@mincultura.gov.co>>

www.mincultura.gov.co <<http://www.mincultura.gov.co/>>

Este correo informativo de la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia, no es SPAM, y va dirigido a su dirección electrónica a través de su suscripción. Si por error lo ha recibido sin su consentimiento, comuníquelo inmediatamente al remitente. No se aceptan referidos. Si sabe de alguna persona que esté interesada en recibir nuestro boletín, infórmele el buzón cine@mincultura.gov.co <<mailto:cine@mincultura.gov.co>> y envíe un correo con el asunto 'Suscribir', de acuerdo con las reglas internacionales de utilización de Internet. En el momento en que desee ser retirado de la lista, envíe un correo al buzón cine@mincultura.gov.co <<mailto:cine@mincultura.gov.co>> con el asunto 'Eliminar'.